



**ESTADO DO RIO DE JANEIRO
Prefeitura Municipal de Barra Mansa**

MEMO N°77/2023-CPL

Assunto: Análise de Recurso e Contrarrazões Concorrência Pública 001/2023

Barra Mansa, 10 de maio de 2023.

Prezados,

A Comissão Especial de Licitações convoca os Srs. Francisco de Assis Carvalho, Paulo Dimas de Almeida e Sra. Michelle da Silva Vieira para análise e manifestação do Recursos e Contrarrazões apresentadas pelas participantes da licitação supracitada.

Atenciosamente,

Érika Ribeiro Barbosa
Coordenadora de Compras e Licitações



PREFEITURA

**Barra
Mansa**

ESTADO DO RIO DE JANEIRO
Prefeitura Municipal de Barra Mansa



Aos 11 (onze) dias do mês de maio do ano de dois mil e vinte e três (2023), às 8h., na sala de reuniões da Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura Municipal de Barra Mansa, situada à Rua Luiz Ponce, número duzentos e sessenta e três, Centro, sede da municipalidade, e convocados pela Comissão Especial de Licitação, reuniram-se os membros da Subcomissão técnica publicada nos meios de comunicação em 17/02/2023, composta pelos profissionais com vínculo com a Prefeitura de Barra Mansa: **Francisco de Assis Carvalho** e **Paulo Dimas de Almeida**, e pela profissional sem vínculo com a Prefeitura de Barra Mansa: **Michelle da Silva Vieira**; para juntos realizarem a análise e julgamento das razões do recurso da empresa LICITANTE MRVB e das contrarrazões da empresa LICITANTE DUELO.

Após os 03 (três) membros da Subcomissão técnica lerem os documentos com a devida atenção - por unanimidade, decidiram que - em todos os erros formais técnicos indicados no recurso da empresa MRVB e nas contrarrazões da empresa DUELO, em nenhum deles se encontra a possibilidade de identificação da autoria da proposta e a quebra de seu sigilo. Os 03 (três) membros da Subcomissão Técnica realçaram que foram encontrados erros técnicos formais em todas as propostas apresentadas.

Mesmo assim, para que não restem dúvidas e por respeito à todas as empresas LICITANTES e - ainda, em cumprimento de suas atribuições previstas no **subitem 20.3.1 do Edital**; os 03 (três) membros da Subcomissão Técnica analisaram - pontualmente, todos os erros formais técnicos indicados no recurso da empresa MRVB e nas contrarrazões da empresa DUELO.

I - Em relação aos argumentos apresentados no recurso da empresa LICITANTE MRVB:

Argumento 1: Que nos erros formais - no momento do julgamento da proposta técnica da LICITANTE B realizado pelos 03 (três) membros da Subcomissão técnica foram ignorados e que abririam "margem para identificação" da autoria da empresa LICITANTE AZIMUTH - quebrando o sigilo da VIA NÃO-IDENTIFICADA.

Análise: Nos eventuais erros indicados:

- Capa e contracapa de plástico;
- Numeração de páginas em algarismos arábicos e texto corrido;

... em nenhum deles se pode concluir pela indicação - inequivocadamente, da autoria da proposta técnica.

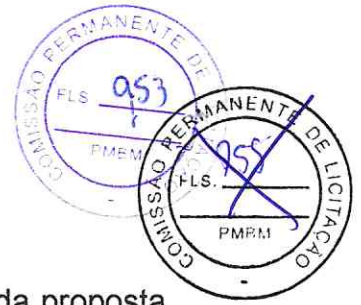
Realidade comprovada e atestada pela própria empresa MRVB, ao não identificar essa proposta nas 02 (duas) sessões públicas realizadas.



PREFEITURA

**Barra
Mansa**

ESTADO DO RIO DE JANEIRO
Prefeitura Municipal de Barra Mansa



Argumento 2: Que os erros formais - no momento do julgamento da proposta técnica da LICITANTE C realizado pelos 03 (três) membros da Subcomissão técnica foram ignorados e que abririam “margem para identificação” da autoria da empresa LICITANTE **DUELO** - quebrando o sigilo da VIA NÃO-IDENTIFICADA.

Análise: Nos eventuais erros indicados:

- Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- Alinhamento justificado do texto;
- Numeração de páginas no centro inferior - em algarismos arábicos;

... novamente, em nenhum deles se pode concluir pela indicação - inequivocadamente, da autoria da proposta técnica.

Realidade comprovada e atestada pela própria empresa **MRVB**, ao não identificar essa proposta nas 02 (duas) sessões públicas realizadas.

Assim sendo, todos os conteúdos dos **Invólucros nºs. 1** - nominados como Vias Não-IDENTIFICADAS, não foram identificadas em nenhum momento durante o julgamento e - dessa forma, foram julgadas Não-IDENTIFICADAMENTE, nos termos da Lei.

I.I - Sobre a impossibilidade de identificar as empresas por letras as empresas e a consequente impossibilidade de identificar a proposta da empresa MRVB com a letra A

Os 03 (três) membros da Subcomissão técnica consideraram os argumentos desarrazoados.

As propostas técnicas foram indicadas dessa forma pelos membros da Subcomissão Técnica - uma por vez, nas planilhas e na ata de julgamento, de maneira transparente, sem nenhuma indicação de nenhuma autoria de proposta técnica, até porque era impossível de fazê-lo naquele momento.

Por fim, que fique claro, quem indicou a autoria das propostas técnicas das empresas LICITANTES foi a Comissão Especial de Licitação, em sessão pública realizada em 24.04|2023 - portanto, somente após a análise das propostas técnicas das vias não-identificadas, e na presença de todas as empresas LICITANTES. Como previsto em Edital.

1



PREFEITURA
**Barra
Mansa**

ESTADO DO RIO DE JANEIRO
Prefeitura Municipal de Barra Mansa



II - Em relação aos argumentos apresentados nas contrarrazões da empresa LICITANTE DUELO:

Argumento 1: Que os erros formais - no momento do julgamento da proposta técnica da LICITANTE A realizado pelos 03 (três) membros da Subcomissão técnica foram ignorados e que abririam “margem para identificação” da autoria da empresa LICITANTE **MRVB** - quebrando o sigilo da VIA NÃO-IDENTIFICADA.

➤ **Análise:** Nos eventuais erros indicados:

- ⇒ Carro de som como peça e não como veículo de comunicação;
- ⇒ Ausência da peça spot para carro de som;
- ⇒ Ausência dos custos da peça spot para carro de som na planilha de produção;
- ⇒ Apresentação de tabela de custo do veículo Carro de Som de cidade de São Paulo;
- ⇒ Custo da campanha apresentado além do limite do valor máximo permitido;
- ⇒ Apresentação de texto fazendo referência de sua proposta técnica ao Município de São João da Barra;
- ⇒ Indicação de retransmissora da Rede Globo cuja cobertura não abrange o Município de Barra Mansa;
- ⇒ Tabela resumo de produção relacionada à veiculação e sem a apresentação das quantidades de cada peça;
- ⇒ Não apresentação de orçamento de produção de Filme para o veículo TV;
- ⇒ Não apresentação de orçamento de produção de Spot para o veículo Rádio;
- ⇒ Discrepâncias de valores unitários nos orçamentos para as peças Backbus e Outdoor;
- ⇒ Cobrança de valor de criação de arte para a peça Taxidoor;
- ⇒ Não apresentação do custo de produção da peça Filtro Instagram.
- ⇒ Não apresentação do custo de produção adicional dos apliques nas peças outdoor.

... em nenhum deles se pode concluir pela indicação - inequivocadamente, da autoria da proposta técnica.

Realidade comprovada e atestada pela própria empresa **DUELO**, ao não identificar essa proposta nas 02 (duas) sessões públicas realizadas.

Portanto, assim procedendo, mais uma vez, Subcomissão técnica deu tratamento idêntico a todas as empresas LICITANTES.

Reafirmamos - mais uma vez, que todas as propostas foram julgadas respeitando os **Princípios da Isonomia, da Seleção da Proposta Mais Vantajosa, Legalidade, da Impessoalidade, da Moralidade, da Igualdade, da Probidade Administrativa e do Julgamento Objetivo.**



PREFEITURA

**Barra
Mansa**

ESTADO DO RIO DE JANEIRO
Prefeitura Municipal de Barra Mansa



Por fim, os 03 (três) membros da Subcomissão técnica consideraram que a indicação de possibilidade de identificação da empresa MRVB por ter feito constar a nomeação do Município de **São João da Barra** em sua proposta técnica, em confronto com a comprovação que a mesma participou de um processo de licitação de publicidade em tal Município, se mostra preocupante, mas que a Subcomissão Técnica só pode se ater aos documentos apresentados pelas empresas LICITANTES em suas propostas técnicas e - ainda, somente fazê-lo em sessões internas, sem a possibilidade legal de contatos externos.

Dessa forma, indicamos como possibilidade, que a Comissão Especial de Licitação exerça sua prerrogativa de promover uma **diligência** para esclarecer tal argumentação e/ou possibilidade.

Assim definido, ficou decidido, novamente por unanimidade, que passaríamos a reanalisar alguns itens de julgamento que foram questionados no recurso da empresa **MRVB**.

Inicialmente, os 03 (três) membros da Subcomissão técnica reafirmam que as notas aferidas anteriormente na sessão pública realizada em 10 de abril, foram designadas corretamente e divididas em Licitantes A, B e C.

Na sequência, os membros da Subcomissão técnica passaram a reavaliar os itens atacados pela empresa **MRVB** em seu recurso:

Subquesto RACIOCÍNIO BÁSICO

a) Do conhecimento das funções e do papel da PMBM e da comunicação de governos, no atual contexto social, político e econômico.

(re)Análise SubCom: notas **mantidas** por unanimidade pelos 03 (três) membros da Subcomissão técnica.

Tanto a **LICITANTE A** quanto a **LICITANTE C** buscaram se referenciar no briefing apresentado no Edital, ambas buscando apresentar dados atualizados.

A diferença entre as notas se concretizou por causa da pesquisa de comunicação e de hábitos de mídias apresentados pela **LICITANTE C**.

b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Barra Mansa com seus públicos.

(re)Análise SubCom: notas **mantidas** por unanimidade pelos 03 (três) membros da Subcomissão técnica.

Tanto a **LICITANTE A** quanto a **LICITANTE C** buscaram se referenciar no briefing apresentado no Edital, ambas buscando atingir públicos específicos.

A diferença de notas - mais uma vez, fica cristalina por causa da pesquisa de comunicação e de hábitos de mídias apresentados pela **LICITANTE C**.

e) Do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s) geral e/ou específico(s) de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela PMBM.

(re)Análise SubCom: notas **revistas e alteradas** por unanimidade pelos 03 (três) membros da Subcomissão técnica.

AA

1



PREFEITURA

**Barra
Mansa**

ESTADO DO RIO DE JANEIRO
Prefeitura Municipal de Barra Mansa



Tanto a **LICITANTE A** quanto a **LICITANTE C** defenderam nas redações do item em tela a busca da melhoria da percepção da população de Barra Mansa sobre as ações e projetos desenvolvidos pela municipalidade, cumprindo com essa exigência editalícia.

Subquesto ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

a) **Adequação do partido temático e dos conceitos propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura Municipal de Barra Mansa e ao(s) seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico de comunicação.**

(re)Análise SubCom: notas **revistas** e **alteradas** por unanimidade pelos 03 (três) membros da Subcomissão técnica.

Tanto a **LICITANTE A** quanto a **LICITANTE C** defenderam nas redações do item em tela, a coerência ao desafio de comunicação apresentado no briefing.

Subquesto IDEIA CRIATIVA

b) **Sua adequação (relação de coerência e consequência) aos subquestos Estratégia de Comunicação Publicitária e Raciocínio Básico pela CONCORRENTE.**

(re)Análise SubCom: notas **revistas** e **alteradas** por unanimidade pelos 03 (três) membros da Subcomissão técnica.

Tanto a **LICITANTE A** quanto a **LICITANTE C** defenderam nas redações do item em tela, a coerência aos textos dos subquestos anteriores de suas propostas técnicas.

c) **Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo.**

(re)Análise SubCom: notas **mantidas** por unanimidade pelos 03 (três) membros da Subcomissão técnica.

Os 03 (três) membros da Subcomissão técnica concordaram que a comprovação ao cumprimento dos termos do item ora questionado é bem mais relevante do que o simples argumento utilizado pela empresa MRVB de que utilizou de fotos reais da cidade - mas também, de fotos das realizações e dados específicos das mesmas, como a **LICITANTE C** apresentou em suas peças.

g) **Sua pertinência às atividades do Município de Barra Mansa e à inserção nos contextos social, político e econômico.**

(re)Análise SubCom: notas **mantidas** por unanimidade pelos 03 (três) membros da Subcomissão técnica.

Os 03 (três) membros da Subcomissão técnica de julgamento consideraram que a alegação recursal da empresa **MRVB** que a empresa **Duelo** teria apresentado 6 peças (ao invés de 5), não procede, já que em análise ao fato atacado, resta claro que estamos falando de uma mesma peça e o Edital não impedia que nenhuma empresa **LICITANTE** o pudesse fazer.

1



PREFEITURA

**Barra
Mansa**

ESTADO DO RIO DE JANEIRO
Prefeitura Municipal de Barra Mansa



j) A compatibilidade de linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos.

(re)Análise SubCom: notas mantidas por unanimidade pelos 03 (três) membros da Subcomissão técnica.

Na defesa de revisão de sua nota, a empresa **MRVB** sequer apresentou um novo argumento plausível a ser analisado, somente o fato que apresentou 05 (cinco) peças em sua proposta técnica, fato reconhecido por essa SubCom.

Subquesto ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.

(re)Análise SubCom: notas mantidas por unanimidade pelos 03 (três) membros da Subcomissão técnica.

A pesquisa apresentada pela então **LICITANTE A** apresentou dados levantados de pesquisas gerais, não específicos de Barra Mansa.

Quanto a afirmação de que o Edital “não estipula público-alvo com determinação de classe social e sexo”, os 03 (três) membros da Subcomissão técnica afirmam que a mesma não possuiu correlação com o que já haviam julgado anteriormente.

Por sua vez, a pesquisa apresentada pela então **LICITANTE C** apresentou dados levantados de uma pesquisa específica de comunicação, avaliação administrativa e de hábitos de mídia da população de Barra Mansa.

c) A consistência e a coerência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação as duas alíneas anteriores.

(re)Análise SubCom: notas mantidas por unanimidade pelos 03 (três) membros da Subcomissão técnica.

O plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais apresentados pela então **LICITANTE A** se mostrou genérico, sem um panorama geral da campanha e sem a defesa da estratégia utilizada para a distribuição das inserções em cada veículo e ou meio. Restou constatado que a **LICITANTE A** apresentou a Inter TV como afiliada da TV Globo como uma das emissoras que seria contemplada em seu plano de mídia, o que por si só já é um erro grave pois essa não é a retransmissora da região de Barra Mansa.

Já o plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais apresentados pela então **LICITANTE C** vê-se claramente, dentro de uma linha do tempo, todas as ações sugeridas e a defesa da verba alocada para cada veículo e/ou meio. Mostrou diversidade na forma como a mídia foi distribuída e seus objetivos, de forma clara.

Sendo os planos simulados de distribuição bem diferentes - por consequência, mereceram notas diferentes dos 03 (três) membros da Subcomissão técnica.



PREFEITURA

**Barra
Mansa**

ESTADO DO RIO DE JANEIRO
Prefeitura Municipal de Barra Mansa



d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da PMBM, indicados no “briefing”.

(re)Análise SubCom: notas mantidas por unanimidade pelos 03 (três) membros da Subcomissão técnica.

A diferença nesse item entre as propostas técnicas das LICITANTES A e C é nítida - quantitativamente e qualitativamente.

A então LICITANTE A apresentou - no total: **12 (doze) peças**: 05 (cinco) peças corporificadas + 07 (sete) peças adicionais.

Já a então LICITANTE C apresentou - no total: **19 (dezenove) peças**: 05 (cinco) peças corporificadas + 12 (doze) peças adicionais.

Os conteúdos das propostas técnicas apresentadas são muito diferentes tecnicamente e - por consequência, receberam notas diferentes.

e) A economicidade e a criatividade da aplicação da verba de mídia evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e/ou do material.

(re)Análise SubCom: notas revistas e alteradas por unanimidade pelos 03 (três) membros da Subcomissão técnica.

A empresa A trouxe diversidade de peças e apresentou em pen drive a peça spot de rádio.

A empresa B não apresentou o número de peças exigido pelo Edital.

A empresa C trouxe diversidade de peças e apresentou em CD a peça spot de rádio e uma “boneca” impressa da peça informativo.

Ato sequencial, os 03 (três) membros da Subcomissão técnica consideraram que as tabelas dos veículos apresentadas pela empresa MRVB em seu recurso deveriam ter sido inseridas em sua proposta técnica original, o que possibilitaria uma análise completa, **tempestiva** e detalhada e - ainda, a necessária comparação com os dados de sua Estratégia de Mídia e Não Mídia.

Como a LICITANTE B (depois identificada como a empresa AZIMUTH pela Comissão Especial de Licitação em sessão pública), não apresentou nenhum recurso às suas notas originais avaliadas pela SubCom em 10.04|2023, os 03 (três) membros da Subcomissão técnica não alteraram nenhuma nota de sua proposta técnica. Assim sendo, foi interpretado que a então LICITANTE B aceitou sua avaliação, a tornando definitiva.

Da mesma forma, em relação ao Invólucro nº.: 3 - contendo as informações identificadas das agências: quesitos **Capacidade de Atendimento, Repertório e Cases**; como nenhuma empresa LICITANTE apresentou recurso contra as notas avaliadas e apresentadas pela SubCOM em 10.04|2023, também foi interpretado que as LICITANTES aceitaram suas avaliações, as tornando definitivas.

Ato sequente, os 03 (três) membros da Subcomissão técnica preencheram novas planilhas com as pontuais notas alteradas da então LICITANTE A, que seguem em anexo a essa ata.



PREFEITURA

**Barra
Mansa**ESTADO DO RIO DE JANEIRO
Prefeitura Municipal de Barra Mansa

Após o preenchimento das novas planilhas com as pontuais notas alteradas da então **LICITANTE A**, em cumprimento aos termos do **subitem 11.3.4** do Edital - novamente, os 03 (três) membros da Subcomissão técnica identificaram as eventuais diferenças de pontuação superiores a 20 % (vinte por cento) atribuídas aos quesitos e subquesitos entre suas notas.

Em simples comparação e face ao que consideram grande diferença entre as propostas técnicas apresentadas e - assim sendo, por razões fundamentadas e em respeito ao **Princípio do Julgamento Objetivo**; e - ainda, após reavaliação de cada uma das diferenças encontradas nas propostas técnicas e nas notas atribuídas; os 03 (três) membros da Subcomissão técnica - por unanimidade, decidiram por manter as notas atribuídas em 10.04|2023 e reavaliadas em 11.05|2023.

Nada mais havendo a ser julgado, reavaliado, tratado ou registrado, foi encerrada a sessão interna de avaliação das razões do recurso da empresa **LICITANTE MRVB** e das contrarrazões da empresa **LICITANTE DUELO**; às 15h45 do dia 11 (onze) de maio de 2023 cuja ATA foi lavrada e assinada pelos membros da Subcomissão Técnica.


FRANCISCO DE ASSIS CARVALHO
(Membro interno da Subcomissão Técnica)

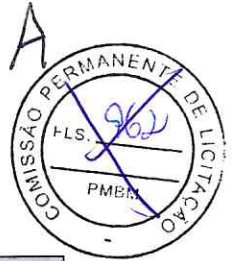

PAULO DIMAS DE ALMEIDA
(Membro interno da Subcomissão Técnica)


MICHELLE DA SILVA VIEIRA
(Membro interno da Subcomissão Técnica)



PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA
PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

SUBCOMISSÃO TÉCNICA | CONCORRÊNCIA PÚBLICA: 001/2023
PLANO DE COMUNICAÇÃO -VIA NÃO IDENTIFICADA | INVÓLUCRO 01



Avaliador: Paulo Dimas de Almeida Licitante: A

Plano de Comunicação
Raciocínio Básico

Item	Subitem	Pontuação Máxima	Níveis	Notas
a	Do conhecimento das funções e do papel da PMBM e da comunicação de instituições públicas, no atual contexto social, político e econômico	15 pontos		12
b	Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM com seus públicos	15 pontos		11
c	Das características da PMBM e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária	10 pontos		10
d	Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação	10 pontos		6
e	Do(s) desafio(s) do(s) problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação a ser(em) enfrentados pela PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM	25 pontos		24
f	Das necessidades de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s)	25 pontos		18
		100 pontos		81

Estratégia de Comunicação Publicitária

Item	Subitem	Pontuação Máxima	Níveis	Notas
a	Adequação do partido temático e dos conceitos propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM e ao(s) desafio(s) ou problema(s) geral e específico, de comunicação	30 pontos		27
b	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e dos conceitos propostos	30 pontos		16
c	A riqueza dos desdobramentos positivos do conceito proposto para comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM com seus públicos	35 pontos		15
d	A adequação e a executibilidade da estratégia de comunicação publicitária, proposta para solução do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM	30 pontos		22
e	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	35 pontos		27
f	A capacidade de articular os conhecimentos sobre o município de Barra Mansa, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), e/ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível	40 pontos		25
		200 pontos		132

Ideia Criativa

Item	Subitem	Pontuação Máxima	Níveis	Notas
a	Sua adequação ou "briefing", especificados no(s) desafio(s) ou problema(s) geral e/ou específico, de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM	30 pontos		21
b	Sua adequação (relação de coerência e consequência) aos subquestos "Estratégia de Comunicação Publicitária" e "Raciocínio Básico" apresentados pela concorrente	20 pontos		19
c	Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo	20 pontos		12
d	A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta	20 pontos		13
e	A criatividade e a originalidade da combinação dos elementos que a constituem	20 pontos		12
f	A simplicidade da forma sob a qual se apresenta	20 pontos		12
g	Sua pertinência às atividades da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM e a sua inserção nos contextos sociais, políticos e econômico	20 pontos		12
h	Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstração nos exemplos de peças e/ou material apresentados	20 pontos		17
i	A executibilidade das peças e/ou dos materiais	15 pontos		12
j	A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos	15 pontos		13
		200 pontos		144

Reestratégia de Mídia e Não Mídia

Item	Subitem	Pontuação Máxima	Níveis	Notas
a	O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos e público prioritários	35 pontos		29
b	A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos	20 pontos		17
c	A consistência e a coerência do plano simulado de distribuição das peças e/ou materiais em relação as duas alíneas anteriores	20 pontos		12
d	A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM, indicados no "briefing"	20 pontos		11
e	A economicidade e a criatividade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e/ou dos materiais	35 pontos		35
f	A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa	20 pontos		14
		150 pontos		103
		650 pontos		460
		Pontuação Máxima		Soma Geral

Data: 11.05.23

Paulo Dimas de Almeida



PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSÁ | PMBM.

SUBCOMISSÃO TÉCNICA: SubCom.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO-IDENTIFICADA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA: 001, 2023

INVÓLUCRO Nº - 1

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

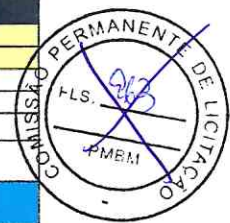
Avaliador 1 Paulo Dimas de Almeida

Licitante

A

TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ÍTEMS

Raciocínio Básico			Pontuação Máxima		Contexto
Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuações Máximas	Parâmetros	Notas	
A	Do conhecimento das funções e do papel da PMBM e da comunicação de instituições públicas, no atual contexto social, político e econômico.	15	Plenamente Abordado	de 13,5 a 15	Nota reavaliada e mantida.
			Satisfatoriamente Abordado	de 10,5 a 13,4	
			Parcialmente Abordado	12	
			Insuficientemente Abordado	de 6 a 10,4	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 3 a 5,9	
B	Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSÁ PMBM, com seus públicos.	15	Plenamente Abordado	de 13,5 a 15	Nota reavaliada e mantida.
			Satisfatoriamente Abordado	de 10,5 a 13,4	
			Parcialmente Abordado	11	
			Insuficientemente Abordado	de 6 a 10,4	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 3 a 5,9	
C	Das características da PMBM, e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	10	Plenamente Abordado	de 9,1 a 10	
			Satisfatoriamente Abordado	10	
			Parcialmente Abordado	de 7,1 a 9	
			Insuficientemente Abordado	de 4,1 a 7	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 2,1 a 4	
D	Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.	10	Plenamente Abordado	de 9,1 a 10	
			Satisfatoriamente Abordado	de 7,1 a 9	
			Parcialmente Abordado	de 4,1 a 7	
			Insuficientemente Abordado	6	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 2,1 a 4	
E	Dos desafios, ou dos problemas, -gerais, ou específicos, de comunicação a serem enfrentados, pela PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSÁ PMBM.	25	Plenamente Abordado	de 22,5 a 25	Nota revista e alterada.
			Satisfatoriamente Abordado	24	
			Parcialmente Abordado	de 17,5 a 22,4	
			Insuficientemente Abordado	de 10 a 17,4	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 5 a 9,9	
F	Das necessidades de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSÁ PMBM, para enfrentar os desafios, ou problemas.	25	Plenamente Abordado	de 22,5 a 25	
			Satisfatoriamente Abordado	de 17,5 a 22,4	
			Parcialmente Abordado	18	
			Insuficientemente Abordado	de 10 a 17,4	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 5 a 9,9	
		100		81	
		Pontuação Máxima		Soma Geral	
Data e assinatura	Em 11 de maio de 2023	Paulo Dimas de Almeida			





PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA | PMBM.

SUBCOMISSÃO TÉCNICA | SubCom.
CONCORRÊNCIA PÚBLICA: 001, 2023

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA
INVÓLUCRO Nº: 1

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

Avaliador 1: Paulo Dimas de Almeida

Licitante

A

TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

Estratégia de Comunicação Publicitária			Pontuação Máxima 200 pontos		Contexto
Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuações Máximas	Parâmetros	Notas	
A	A adequação do partido temático e dos conceitos propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA PMBM, e aos seus desafios ou problemas: gerais ou específicos, de comunicação.	30	Plenamente Abordado	de 27 a 30 27	Nota revista e alterada.
			Satisfatoriamente Abordado	de 21 a 26,9	
			Parcialmente Abordado	de 12 a 20,9	
			Insuficientemente Abordado	de 6 a 11,9	
			Não Abordado ou Errosamente Abordado	de 0 a 5,9	
B	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e dos conceitos propostos.	30	Plenamente Abordado	de 27 a 30	
			Satisfatoriamente Abordado	de 21 a 26,9	
			Parcialmente Abordado	de 12 a 20,9 16	
			Insuficientemente Abordado	de 6 a 11,9	
			Não Abordado ou Errosamente Abordado	de 0 a 5,9	
C	A riqueza dos desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA PMBM, com seus públicos.	35	Plenamente Abordado	de 31,5 a 35	
			Satisfatoriamente Abordado	de 24,5 a 31,4	
			Parcialmente Abordado	de 14 a 24,4 15	
			Insuficientemente Abordado	de 7 a 13,9	
			Não Abordado ou Errosamente Abordado	de 0 a 6,9	
D	A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução dos desafios ou dos problemas: gerais ou específicos, de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA PMBM.	30	Plenamente Abordado	de 27 a 30	
			Satisfatoriamente Abordado	de 21 a 26,9 22	
			Parcialmente Abordado	de 12 a 20,9	
			Insuficientemente Abordado	de 6 a 11,9	
			Não Abordado ou Errosamente Abordado	de 0 a 5,9	
E	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	35	Plenamente Abordado	de 31,5 a 35	
			Satisfatoriamente Abordado	de 24,5 a 31,4 27	
			Parcialmente Abordado	de 14 a 24,4	
			Insuficientemente Abordado	de 7 a 13,9	
			Não Abordado ou Errosamente Abordado	de 0 a 6,9	
F	A capacidade de articular os conhecimentos sobre a PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA PMBM, o mercado no qual se insere, seus desafios ou problemas: gerais ou específicos, de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível.	40	Plenamente Abordado	de 36,1 a 40	
			Satisfatoriamente Abordado	de 28,1 a 36	
			Parcialmente Abordado	de 16,1 a 28 25	
			Insuficientemente Abordado	de 8,1 a 16	
			Não Abordado ou Errosamente Abordado	de 0 a 8	
		200		132	
		Pontuação Máxima		Soma Geral	
Data e assinatura	Em 11 de maio de 2023	Paulo Dimas de Almeida			





PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA | PMBM.

SUBCOMISSÃO TÉCNICA: SubCom
CONCORRÊNCIA PÚBLICA: 001, 2023

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO-IDENTIFICADA
INVÓLUCRO N.º: 1

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

Avaliador 1: Paulo Dimas de Almeida

Licitante

A

TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

Estratégia de Mídia e Não-Mídia			Pontuação Máxima		Contexto
Questões	Aspectos Avaliados	Pontuações Máxima	Parâmetros	Notas	
A	O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	35	Plenamente Abordado	de 21,5 a 35	Nota reavaliada e mantida.
			Satisfatoriamente Abordado	de 24,5 a 31,4	
			Parcialmente Abordado	de 14 a 24,4	
			Insuficientemente Abordado	de 7 a 13,9	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 6,9	
B	A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	20	Plenamente Abordado	de 18,1 a 20	
			Satisfatoriamente Abordado	de 14,1 a 18	
			Parcialmente Abordado	de 8,1 a 14	
			Insuficientemente Abordado	de 4,1 a 8	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 4	
C	A consistência e a coerência do plano simulado de distribuição das peças ou dos materiais em relação às 02 peças anteriores.	20	Plenamente Abordado	de 16,1 a 20	Nota reavaliada e mantida.
			Satisfatoriamente Abordado	de 14,1 a 18	
			Parcialmente Abordado	de 8,1 a 14	
			Insuficientemente Abordado	de 4,1 a 8	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 4	
D	A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da PMBP, indicados no 'briefing'.	20	Plenamente Abordado	de 18,1 a 20	Nota reavaliada e mantida.
			Satisfatoriamente Abordado	de 14,1 a 18	
			Parcialmente Abordado	de 8,1 a 14	
			Insuficientemente Abordado	de 4,1 a 8	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 4	
E	A economicidade e a criatividade da aplicação da verba da mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças ou dos materiais.	35	Plenamente Abordado	de 21,5 a 35	Nota revista e alterada
			Satisfatoriamente Abordado	de 24,5 a 31,4	
			Parcialmente Abordado	de 14 a 24,4	
			Insuficientemente Abordado	de 7 a 13,9	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 6,9	
F	A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	20	Plenamente Abordado	de 18,1 a 20	
			Satisfatoriamente Abordado	de 14,1 a 18	
			Parcialmente Abordado	de 8,1 a 14	
			Insuficientemente Abordado	de 4,1 a 8	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 4	
			150	103	
			Pontuação Máxima	Soma Geral	
Data e assinatura	Em 11 de maio de 2023	Paulo Dimas de Almeida			





PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA | PMBM.

SUBCOMISSÃO TÉCNICA SubCom.		AVALIAÇÃO TÉCNICA (RESUMO AVALIADOR 1)	Pontuação Quesito
CONCORRÊNCIA PÚBLICA: 001 2023		INVÓLUCRO Nº.: 1	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (Soma das notas dos subquesitos)
Subquesitos		Notas Finais	
A	Raciocínio Básico	81,00 (oitenta e um pontos)	460,00 (quatrocentos e sessenta pontos)
	Estratégia de Comunicação Publicitária	132,00 (cento e trinta e dois pontos)	
	Ideia Criativa	144,00 (cento e oitenta e oito pontos)	
	Estratégia de Mídia e Não-Mídia	103,00 (cento e três pontos)	
Avaliador 1 Paulo Dimas de Almeida			

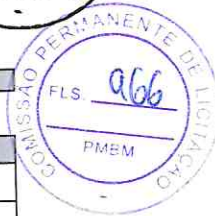
n 11 de
o de 2023





PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA
PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

SUBCOMISSÃO TÉCNICA | CONCORRÊNCIA PÚBLICA: 001/2023
PLANO DE COMUNICAÇÃO -VIA NÃO IDENTIFICADA | INVÓLUCRO 01



Avaliador: Michele da Silva Vieira Licitante: A

Plano de Comunicação				
Raciocínio Básico				
Item	Subitem	Pontuação Máxima	Níveis	Notas
a	Do conhecimento das funções e do papel da PMBM e da comunicação de instituições públicas, no atual contexto social, político e econômico	15 pontos		12
b	Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM com seus públicos	15 pontos		11
c	Das características da PMBM e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária	10 pontos		9
d	Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação	10 pontos		5
e	Do(s) desafio(s) do(s) problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação a ser(em) enfrentados pela PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM	25 pontos		24
f	Das necessidades de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s)	25 pontos		15
		100 pontos		76

Estratégia de Comunicação Publicitária				
Item	Subitem	Pontuação Máxima	Níveis	Notas
a	Adequação do partido temático e dos conceitos propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM e ao(s) desafio(s) ou problema(s) geral e específico, de comunicação	30 pontos		25
b	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e dos conceitos propostos	30 pontos		15
c	A riqueza dos desdobramentos positivos do conceito proposto para comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM com seus públicos	35 pontos		18
d	A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária, proposta para solução do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM	30 pontos		20
e	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	35 pontos		21
f	A capacidade de articular os conhecimentos sobre o município de Barra Mansa, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), e/ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível	40 pontos		18
		200 pontos		117

Ideia Criativa				
Item	Subitem	Pontuação Máxima	Níveis	Notas
a	Sua adequação ou "briefing", especificados no(s) desafio(s) ou problema(s) geral e/ou específico, de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM	30 pontos		18
b	Sua adequação (relação de coerência e consequência) aos subquestos "Estratégia de Comunicação Publicitária" e "Raciocínio Básico" apresentados pela concorrente	20 pontos		18
c	Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo	20 pontos		10
d	A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta	20 pontos		10
e	A criatividade e a originalidade da combinação dos elementos que a constituem	20 pontos		10
f	A simplicidade da forma sob a qual se apresenta	20 pontos		10
g	Sua pertinência às atividades da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM e a sua inserção nos contextos sociais, políticos e econômico	20 pontos		10
h	Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstração nos exemplos de peças e/ou material apresentados	20 pontos		14
i	A exequibilidade das peças e/ou dos materiais	15 pontos		9
j	A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos	15 pontos		10
		200 pontos		119

Restratégia de Mídia e Não Mídia				
Item	Subitem	Pontuação Máxima	Níveis	Notas
a	O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos e público prioritários	35 pontos		16
b	A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos	20 pontos		8
c	A consistência e a coerência do plano simulado de distribuição das peças e/ou materiais em relação as duas alíneas anteriores	20 pontos		8
d	A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM, indicados no "briefing"	20 pontos		8
e	A economicidade e a criatividade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e/ou dos materiais	35 pontos		2,5
f	A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa	20 pontos		10
		150 pontos		35
		650 pontos		367
		Pontuação Máxima		Soma Geral

Data: 11.05.2023

Michele da Silva Vieira
Michele da Silva Vieira



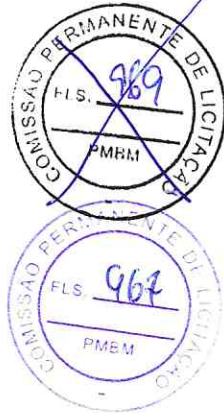
PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA | PMBM.

SUBCOMISSÃO TÉCNICA | SubCom
CONCORRÊNCIA PÚBLICA: 001 | 2023

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VA NÃO IDENTIFICADA
INVÓLUCRO N.º: 1

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

Avaliadora 3		Michelle da Silva Vieira	Licitante		A
TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ÍTEMS					
Raciocínio Básico			Pontuação Máxima 100 pontos		
Questitos	Aspectos Avaliados	Pontuações Máximas	Parâmetros	Notas	Contexto
A	Do conhecimento das funções e do papel da PMBM, e da comunicação de instituições públicas, no atual contexto social, político e econômico.	15	Plenamente Abordado	de 13,5 a 15	Nota reavaliada e mantida.
			Satisfatoriamente Abordado	de 10,5 a 13,4	
			Parcialmente Abordado	de 6 a 10,4	
			Insuficientemente Abordado	de 3 a 5,9	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 2,9	
B	Da natureza, da extensão e da quantidade das relações da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA PMBM, com seus públicos.	15	Plenamente Abordado	de 13,5 a 15	Nota reavaliada e mantida.
			Satisfatoriamente Abordado	de 10,5 a 13,4	
			Parcialmente Abordado	de 6 a 10,4	
			Insuficientemente Abordado	de 3 a 5,9	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 2,9	
C	Das características da PMBM e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	10	Plenamente Abordado	de 9,1 a 10	
			Satisfatoriamente Abordado	de 7,1 a 9	
			Parcialmente Abordado	de 4,1 a 7	
			Insuficientemente Abordado	de 2,1 a 4	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 2	
D	Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.	10	Plenamente Abordado	de 9,1 a 10	
			Satisfatoriamente Abordado	de 7,1 a 9	
			Parcialmente Abordado	de 4,1 a 7	
			Insuficientemente Abordado	de 2,1 a 4	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 2	
E	Do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s) - geral(is) ou específico(s), de comunicação a serem enfrentado(s) pela PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA PMBM.	25	Plenamente Abordado	de 22,5 a 25 24	Nota revista e <u>alterada</u>
			Satisfatoriamente Abordado	de 17,5 a 22,4	
			Parcialmente Abordado	de 10 a 17,4	
			Insuficientemente Abordado	de 5 a 9,9	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 4,9	
F	Das necessidades de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA PMBM, para enfrentar os(s) desafio(s) ou problema(s).	25	Plenamente Abordado	de 22,5 a 25	
			Satisfatoriamente Abordado	de 17,5 a 22,4	
			Parcialmente Abordado	de 10 a 17,4 15	
			Insuficientemente Abordado	de 5 a 9,9	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 4,9	
		100			76
		Pontuação Máxima			Soma Geral
Data e assinatura	Em 11 de maio de 2023		Michelle da Silva Vieira		<i>(assinatura)</i>





PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA - PMBM.

SUBCOMISSÃO TÉCNICA | SubCom.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO-IDENTIFICADA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA: 001 | 2023

INVOLUCRO Nº: 1

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

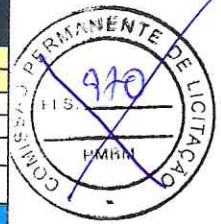
Avaliadora 3 Michelle da Silva Vieira

Licitante

A

TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

Estratégia de Comunicação Publicitária		Pontuação Máxima 200 pontos			
Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuações Máximas	Parâmetros	Notas	Contexto
A	A adequação do partido temático e dos conceitos propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA PMBM, e aos seus desafios ou problemas: gerais ou específicos, de comunicação.	30	Plenamente Abordado	de 27 a 30	Nota revisada e alterada.
			Satisfatoriamente Abordado	de 21 a 26,9	
			Parcialmente Abordado	de 12 a 20,9	
			Insuficientemente Abordado	de 6 a 11,9	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 5,9	
B	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e dos conceitos propostos.	30	Plenamente Abordado	de 27 a 30	
			Satisfatoriamente Abordado	de 21 a 26,9	
			Parcialmente Abordado	de 12 a 20,9	
			Insuficientemente Abordado	de 6 a 11,9	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 5,9	
C	A riqueza dos desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA PMBM, com seus públicos.	35	Plenamente Abordado	de 21,5 a 35	
			Satisfatoriamente Abordado	de 24,5 a 31,4	
			Parcialmente Abordado	de 14 a 24,4	
			Insuficientemente Abordado	de 7 a 13,9	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 6,9	
D	A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução dos desafios ou dos problemas: gerais; ou específicos, de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA PMBM.	30	Plenamente Abordado	de 27 a 30	
			Satisfatoriamente Abordado	de 21 a 26,9	
			Parcialmente Abordado	de 12 a 20,9	
			Insuficientemente Abordado	de 6 a 11,9	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 5,9	
E	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	35	Plenamente Abordado	de 31,5 a 35	
			Satisfatoriamente Abordado	de 24,5 a 31,4	
			Parcialmente Abordado	de 14 a 24,4	
			Insuficientemente Abordado	de 7 a 13,9	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 6,9	
F	A capacidade de articular os conhecimentos sobre a PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA PMBM, o mercado no qual se insere, seus desafios ou problemas: gerais; ou específicos, de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível.	40	Plenamente Abordado	de 36,1 a 40	
			Satisfatoriamente Abordado	de 28,1 a 36	
			Parcialmente Abordado	de 16,1 a 25	
			Insuficientemente Abordado	de 8,1 a 16	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 8	
		200			117
		Pontuação Máxima			Soma Geral
Data e assinatura	Em 11 de maio de 2023	Michelle da Silva Vieira	<i>[Assinatura]</i>		



Barra Mansa		PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA PMBM.		
SUBSCRIÇÃO TÉCNICA: Barreira		PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VAM-01 IDENTIFICADA		
CONTRATO Nº: 001/2022		ANEXO Nº: 1		
FAMILIAR INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO				
Autoridade: Michelly de Silva Vieira		Língua: A		
TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS				
Idéia Criativa				
Questões	Aspectos Avaliados	Pontuação Máxima	Pontos	
A	Sua mensagem se "brilha", expressando nos detalhes as principais partes dos elementos de comunicação da PUBLICIDADE MUNICIPAL DE BARRA DO NORTE - PMBN.	30	Plano de Abordagem	de 27,1 a 30
			Satisfatoriamente Abordado	de 21,1 a 27
			Parcialmente Abordado	de 15,1 a 21
			Ineficazmente Abordado	de 9,1 a 15
			Não Abordado ou Incompletamente Abordado	de 0 a 9
B	Sua mensagem possui de forma clara e concisa os elementos "Quem, Onde, Quando, Como e Porquê" apresentados pelo CONCOMITENTE.	20	Plano de Abordagem	de 19,1 a 20
			Satisfatoriamente Abordado	de 14,1 a 19
			Parcialmente Abordado	de 9,1 a 14
			Ineficazmente Abordado	de 4,1 a 9
			Não Abordado ou Incompletamente Abordado	de 0 a 4
C	Sua mensagem se sublinha cultural dos segmentos de público-alvo.	20	Plano de Abordagem	de 19,1 a 20
			Satisfatoriamente Abordado	de 14,1 a 19
			Parcialmente Abordado	de 9,1 a 14
			Ineficazmente Abordado	de 4,1 a 9
			Não Abordado ou Incompletamente Abordado	de 0 a 4
D	A originalidade de interpretações criativas que impacta.	20	Plano de Abordagem	de 19,1 a 20
			Satisfatoriamente Abordado	de 14,1 a 19
			Parcialmente Abordado	de 9,1 a 14
			Ineficazmente Abordado	de 4,1 a 9
			Não Abordado ou Incompletamente Abordado	de 0 a 4
E	A relevância e a originalidade da mensagem dos elementos que a constituem.	20	Plano de Abordagem	de 19,1 a 20
			Satisfatoriamente Abordado	de 14,1 a 19
			Parcialmente Abordado	de 9,1 a 14
			Ineficazmente Abordado	de 4,1 a 9
			Não Abordado ou Incompletamente Abordado	de 0 a 4
F	A clareza da forma sob a qual se apresenta.	20	Plano de Abordagem	de 19,1 a 20
			Satisfatoriamente Abordado	de 14,1 a 19
			Parcialmente Abordado	de 9,1 a 14
			Ineficazmente Abordado	de 4,1 a 9
			Não Abordado ou Incompletamente Abordado	de 0 a 4
G	Sua mensagem se apresenta de forma clara e objetiva, com elementos de comunicação, palavras e mensagens.	20	Plano de Abordagem	de 19,1 a 20
			Satisfatoriamente Abordado	de 14,1 a 19
			Parcialmente Abordado	de 9,1 a 14
			Ineficazmente Abordado	de 4,1 a 9
			Não Abordado ou Incompletamente Abordado	de 0 a 4
H	Os elementos comunicacionais essenciais que auxiliam, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados.	20	Plano de Abordagem	de 19,1 a 20
			Satisfatoriamente Abordado	de 14,1 a 19
			Parcialmente Abordado	de 9,1 a 14
			Ineficazmente Abordado	de 4,1 a 9
			Não Abordado ou Incompletamente Abordado	de 0 a 4
I	A originalidade das peças e/ou dos materiais.	15	Plano de Abordagem	de 13,6 a 15
			Satisfatoriamente Abordado	de 10,9 a 13,5
			Parcialmente Abordado	de 8,2 a 10,8
			Ineficazmente Abordado	de 5,5 a 8,1
			Não Abordado ou Incompletamente Abordado	de 0 a 5,4
J	A originalidade das peças e/ou dos materiais, sob o ponto de vista da criatividade e da originalidade.	15	Plano de Abordagem	de 13,6 a 15
			Satisfatoriamente Abordado	de 10,9 a 13,5
			Parcialmente Abordado	de 8,2 a 10,8
			Ineficazmente Abordado	de 5,5 a 8,1
			Não Abordado ou Incompletamente Abordado	de 0 a 5,4
		200	119	





PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA - PMBM.

SUBCOMISSÃO TÉCNICA / SubCom.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA, 001, 2023

INVÓLCRO Nº: 1

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

Avaliadora 3: Michelle da Silva Vieira

Lotante

A

TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

Estratégia de Mídia e Não-Mídia

Pontuação Máxima

150 pontos

Questões	Aspectos Avaliados	Pontuações Máxima	Pontuação Máxima		Contexto
			Parâmetros	Notas	
A	O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	35	Plenamente Abordado	de 21,5 a 35	Nota reavaliada e mantida.
			Satisfatoriamente Abordado	de 21,5 a 21,4	
			Parcialmente Abordado	de 14 a 21,4	
			Insuficientemente Abordado	de 7 a 13,9	
			Não Abordado ou Errosamente Abordado	de 0 a 6,9	
B	A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	20	Plenamente Abordado	de 18,1 a 20	
			Satisfatoriamente Abordado	de 14,1 a 18	
			Parcialmente Abordado	de 8,1 a 14	
			Insuficientemente Abordado	de 4,1 a 8	
			Não Abordado ou Errosamente Abordado	de 0 a 4	
C	A consistência e a coerência do plano simulado de distribuição das peças ou do material em relação às ações anteriores.	20	Plenamente Abordado	de 16,1 a 20	
			Satisfatoriamente Abordado	de 14,1 a 16	
			Parcialmente Abordado	de 8,1 a 14	
			Insuficientemente Abordado	de 4,1 a 8	
			Não Abordado ou Errosamente Abordado	de 0 a 4	
D	A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da PMBP, indicados no 'briefing'.	20	Plenamente Abordado	de 16,1 a 20	
			Satisfatoriamente Abordado	de 14,1 a 18	
			Parcialmente Abordado	de 8,1 a 14	
			Insuficientemente Abordado	de 4,1 a 8	
			Não Abordado ou Errosamente Abordado	de 0 a 4	
E	A economicidade e a criatividade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças ou do material.	35	Plenamente Abordado	de 21,5 a 35	Nota revisada e alterada.
			Satisfatoriamente Abordado	de 21,5 a 21,4	
			Parcialmente Abordado	de 14 a 21,4	
			Insuficientemente Abordado	de 7 a 13,9	
			Não Abordado ou Errosamente Abordado	de 0 a 6,9	
F	A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	20	Plenamente Abordado	de 18,1 a 20	
			Satisfatoriamente Abordado	de 14,1 a 18	
			Parcialmente Abordado	de 8,1 a 14	
			Insuficientemente Abordado	de 4,1 a 8	
			Não Abordado ou Errosamente Abordado	de 0 a 4	
		150		75	
		Pontuação Máxima		Soma Geral	
Data e assinatura	Em 11 de maio de 2023	Michelle da Silva Vieira			





PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA | PMBM.

SUBCOMISSÃO TÉCNICA | SubCom.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA: 001 | 2023

AVALIAÇÃO TÉCNICA
(RESUMO AVALIADOR 3)

INVÓLUCRO Nº: 1

Pontuação Quesito
PLANO DE COMUNICAÇÃO
PUBLICITÁRIA
(Soma das notas dos subquestos)

Notas Finais

Subquestos

76,00 (setenta e seis pontos)

Raciocínio Básico

117,00 (cento e dezessete pontos)

Estratégia de Comunicação Publicitária

Ideia Criativa

119,00 (cento e dezenove pontos)

Estratégia de Mídia e Não-Mídia

75,00 (cento e cinco pontos)

387,00

(trezentos e oitenta e sete pontos)

Avaliadora 3

Michelle da Silva Vieira

m 11 de
o de 2023





PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA
PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

SUBCOMISSÃO TÉCNICA | CONCORRÊNCIA PÚBLICA: 001/2023
PLANO DE COMUNICAÇÃO -VIA NÃO IDENTIFICADA | INVÓLUCRO 01



Avaliador: Francisco de assis carvalho Licitante: A

Plano de Comunicação
Raciocínio Básico

Item	Subitem	Pontuação Máxima	Níveis	Notas
a	Do conhecimento das funções e do papel da PMBM e da comunicação de instituições públicas, no atual contexto social, político e econômico	15 pontos		11
b	Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM com seus públicos	15 pontos		8
c	Das características da PMBM e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária	10 pontos		9
d	Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação	10 pontos		5
e	Do(s) desafio(s) do(s) problema(s), geral(is) e/ou específico(s), de comunicação a ser(em) enfrentados pela PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM	25 pontos		20
f	Das necessidades de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s)	25 pontos		16
		100 pontos		69



Estratégia de Comunicação Publicitária

Item	Subitem	Pontuação Máxima	Níveis	Notas
a	Adequação do partido temático e dos conceitos propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM e ao(s) desafio(s) ou problema(s) geral e específico, de comunicação	30 pontos		21
b	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e dos conceitos propostos	30 pontos		15
c	A riqueza dos desdobramentos positivos do conceito proposto para comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM com seus públicos	35 pontos		14
d	A adequação e a executibilidade da estratégia de comunicação publicitária, proposta para solução do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM	30 pontos		19
e	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	35 pontos		20
f	A capacidade de articular os conhecimentos sobre o município de Barra Mansa, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), e/ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível	40 pontos		17
		200 pontos		106

Ideia Criativa

Item	Subitem	Pontuação Máxima	Níveis	Notas
a	Sua adequação ou "briefing", especificados no(s) desafio(s) ou problema(s) geral e/ou específico, de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM	30 pontos		18
b	Sua adequação (relação de coerência e consequência) aos subquestos "Estratégia de Comunicação Publicitária" e "Raciocínio Básico" apresentados pela concorrente	20 pontos		17
c	Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo	20 pontos		9
d	A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta	20 pontos		10
e	A criatividade e a originalidade da combinação dos elementos que a constituem	20 pontos		10
f	A simplicidade da forma sob a qual se apresenta	20 pontos		9
g	Sua pertinência às atividades da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM e a sua inserção nos contextos sociais, políticos e econômico	20 pontos		9
h	Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstração nos exemplos de peças e/ou material apresentados	20 pontos		13
i	A executibilidade das peças e/ou dos materiais	15 pontos		9
j	A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos	15 pontos		11
		200 pontos		117

Reestratégia de Mídia e Não Mídia

Item	Subitem	Pontuação Máxima	Níveis	Notas
a	O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos e público prioritários	35 pontos		15
b	A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos	20 pontos		8
c	A consistência e a coerência do plano simulado de distribuição das peças e/ou materiais em relação as duas alíneas anteriores	20 pontos		9
d	A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA/PMBM, indicados no "briefing"	20 pontos		10
e	A economicidade e a criatividade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e/ou dos materiais	35 pontos		25
f	A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa	20 pontos		10
		150 pontos		77
		650 pontos		267
		Pontuação Máxima		Soma Geral

Data: 11/05/23

Francisco de assis carvalho



PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA | PMBM.

SUBCOMISSÃO TÉCNICA | SubCom
CONCORRÊNCIA PÚBLICA: 001 | 2023

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO-IDENTIFICADA
INVÓLUCRO Nº: 1

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

Avaliador 2	Francisco de Assis Carvalho	Licitante	A
-------------	-----------------------------	-----------	---

TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ÍTEMS

Raciocínio Básico			Pontuação Máxima 100 pontos		
Questões	Aspectos Avaliados	Pontuações Máximas	Parâmetros	Notas	Contexto
A	Do conhecimento das funções e do papel da PMBM, e da comunicação de instituições públicas, no atual contexto social, político e econômico.	15	Plenamente Abordado	de 12,5 a 15	Nota reatada e mantida.
			Satisfatoriamente Abordado	de 10,5 a 13,4 11	
			Parcialmente Abordado	de 6 a 10,4	
			Insuficientemente Abordado	de 3 a 5,9	
			Não Abordado ou Eroneamente Abordado	de 0 a 2,9	
B	Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA PMBM com seus públicos.	15	Plenamente Abordado	de 12,5 a 15	Nota reatada e mantida.
			Satisfatoriamente Abordado	de 10,5 a 13,4	
			Parcialmente Abordado	de 6 a 10,4 8	
			Insuficientemente Abordado	de 3 a 5,9	
			Não Abordado ou Eroneamente Abordado	de 0 a 2,9	
C	Das características da PMBM e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	10	Plenamente Abordado	de 9,1 a 10	
			Satisfatoriamente Abordado	de 7,1 a 9 9	
			Parcialmente Abordado	de 4,1 a 7	
			Insuficientemente Abordado	de 2,1 a 4	
			Não Abordado ou Eroneamente Abordado	de 0 a 2	
D	Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.	10	Plenamente Abordado	de 9,1 a 10	
			Satisfatoriamente Abordado	de 7,1 a 9	
			Parcialmente Abordado	de 4,1 a 7 5	
			Insuficientemente Abordado	de 2,1 a 4	
			Não Abordado ou Eroneamente Abordado	de 0 a 2	
E	Dos desafios ou dos problemas - gerais ou específicos, de comunicação a serem enfrentados pela PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA PMBM.	25	Plenamente Abordado	de 22,5 a 25	Nota revista e alterada
			Satisfatoriamente Abordado	de 17,5 a 22,4 20	
			Parcialmente Abordado	de 10 a 17,4	
			Insuficientemente Abordado	de 5 a 9,9	
			Não Abordado ou Eroneamente Abordado	de 0 a 4,9	
F	Das necessidades de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA PMBM para enfrentar seus desafios ou problemas.	25	Plenamente Abordado	de 22,5 a 25	
			Satisfatoriamente Abordado	de 17,5 a 22,4	
			Parcialmente Abordado	de 10 a 17,4 16	
			Insuficientemente Abordado	de 5 a 9,9	
			Não Abordado ou Eroneamente Abordado	de 0 a 4,9	
		100		69	
		Pontuação Máxima		Soma Geral	
Data e assinatura	Em 11 de maio de 2023	Francisco de Assis Carvalho			





PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA | PMBM.

SUBCOMISSÃO TÉCNICA | SubCom.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO-IDENTIFICADA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA: 001 | 2023

INVÓLCRO Nº: 1

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

Avaliador 2: Francisco de Assis Carvalho

Licitante



A

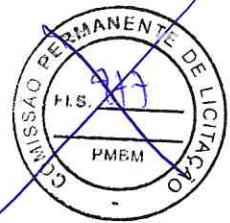
TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

Estratégia de Comunicação Publicitária			Pontuação Máxima		Contexto
Questões	Aspectos Avaliados	Pontuações Máximas	Parâmetros	Notas	
A	A adequação do partido temático e dos conceitos propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA PMBM e aos seus desafios ou problemas: gerais ou específicos, de comunicação.	30	Plenamente Abordado	de 27 a 30	Nota revista e alterada.
			Satisfatoriamente Abordado	de 21 a 26,9	
			Parcialmente Abordado	de 12 a 20,9	
			Insuficientemente Abordado	de 6 a 11,9	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 5,9	
B	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e dos conceitos propostos.	30	Plenamente Abordado	de 27 a 30	
			Satisfatoriamente Abordado	de 21 a 26,9	
			Parcialmente Abordado	de 12 a 20,9	
			Insuficientemente Abordado	de 6 a 11,9	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 5,9	
C	A riqueza dos desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA PMBM com seus públicos.	35	Plenamente Abordado	de 31,5 a 35	
			Satisfatoriamente Abordado	de 24,5 a 21,4	
			Parcialmente Abordado	de 14 a 24,4	
			Insuficientemente Abordado	de 7 a 13,9	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 6,9	
D	A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução dos desafios ou dos problemas: gerais, ou específicos, de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA PMBM.	30	Plenamente Abordado	de 27 a 30	
			Satisfatoriamente Abordado	de 21 a 26,9	
			Parcialmente Abordado	de 12 a 20,9	
			Insuficientemente Abordado	de 6 a 11,9	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 5,9	
E	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	35	Plenamente Abordado	de 31,5 a 35	
			Satisfatoriamente Abordado	de 24,5 a 21,4	
			Parcialmente Abordado	de 14 a 24,4	
			Insuficientemente Abordado	de 7 a 13,9	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 6,9	
F	A capacidade de articular os conhecimentos sobre a PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA PMBM, o mercado no qual se insere, seus desafios ou problemas: gerais, ou específicos, de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível.	40	Plenamente Abordado	de 35,1 a 40	
			Satisfatoriamente Abordado	de 28,1 a 36	
			Parcialmente Abordado	de 16,1 a 28	
			Insuficientemente Abordado	de 8,1 a 16	
			Não Abordado ou Erroreiramente Abordado	de 0 a 8	
		200		106	
		Pontuação Máxima		Soma Geral	



[Handwritten signature]

 PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA - PMBM.		PLANO DE COMANDO DO LICITACION - Nº 100 IDENTIFICADA		
SUBSTITUIÇÃO TÉCNICA E SUCESSO COMPROVAÇÃO PÚBLICA Nº 1.001		LICITACION Nº 1		
PLANEJA MENSAL DE AVALIAÇÃO				
Análise: Francisco de Assis Carvalho		A		
TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS				
Pontuação Máxima: 200 pontos				
Ítem Criativo				
Item	Descrição do Item	Pontuação Máxima	Conteúdo	
A	Sua resposta ao briefing especificado nos termos do problema; garanta uma especificação de execução da PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA DO PAVI - PMBM.	30	Planograma Abordado de 011 a 20	
			Subdimensionamento Abordado de 011 a 20	
			Parcialmente Abordado 10	
			Indefinidamente Abordado de 01 a 10	
			Não Abordado ou Dimensionamento Abordado de 0 a 0	
B	Sua resposta inclua de conteúdo e abrangência dos parâmetros: Objetivo, Descrição e Estratégia de Comunicação, Apresentar argumentos e não concorrente.	20	Planograma Abordado de 101 a 20	
			Subdimensionamento Abordado de 101 a 10	Não revisar e alterar
			Parcialmente Abordado de 01 a 14	
			Indefinidamente Abordado de 4 a 6	
			Não Abordado ou Dimensionamento Abordado de 0 a 4	
C	Sua resposta se refere ao conteúdo dos seguintes de público alvo.	20	Planograma Abordado de 141 a 20	
			Subdimensionamento Abordado de 141 a 10	
			Parcialmente Abordado de 01 a 14	Não corrigir e revisar.
			Indefinidamente Abordado de 1 a 2	
			Não Abordado ou Dimensionamento Abordado de 0 a 4	
D	A multiplicidade de estratégias/atividades que compoem.	20	Planograma Abordado de 141 a 20	
			Subdimensionamento Abordado de 141 a 10	
			Parcialmente Abordado de 01 a 14	
			Indefinidamente Abordado de 1 a 2	
			Não Abordado ou Dimensionamento Abordado de 0 a 4	
E	A abrangência e a originalidade da execução das atividades que a compoem.	20	Planograma Abordado de 101 a 20	
			Subdimensionamento Abordado de 101 a 10	
			Parcialmente Abordado de 01 a 14	
			Indefinidamente Abordado de 4 a 6	
			Não Abordado ou Dimensionamento Abordado de 0 a 4	
F	A abrangência de forma e o que se apresenta.	20	Planograma Abordado de 101 a 20	
			Subdimensionamento Abordado de 141 a 10	
			Parcialmente Abordado de 01 a 14	
			Indefinidamente Abordado de 4 a 6	
			Não Abordado ou Dimensionamento Abordado de 0 a 4	
G	Sua resposta, de acordo com a PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA DO PAVI - PMBM, e a sua inserção nos conteúdos teóricos, práticos e avaliativos.	20	Planograma Abordado de 101 a 20	
			Subdimensionamento Abordado de 141 a 10	
			Parcialmente Abordado de 01 a 14	Não revisar e revisar.
			Indefinidamente Abordado de 4 a 6	
			Não Abordado ou Dimensionamento Abordado de 0 a 4	
H	Os desenvolvimentos comunicativos que envolva, conforme determinado nos exemplos de peças que serão produzidas, apresentadas.	20	Planograma Abordado de 101 a 20	
			Subdimensionamento Abordado de 141 a 10	
			Parcialmente Abordado de 01 a 14	
			Indefinidamente Abordado de 1 a 2	
			Não Abordado ou Dimensionamento Abordado de 0 a 4	
I	A abrangência das peças e o seu detalhamento.	15	Planograma Abordado de 101 a 20	
			Subdimensionamento Abordado de 101 a 10	
			Parcialmente Abordado de 01 a 10,5	
			Indefinidamente Abordado de 01 a 6	
			Não Abordado ou Dimensionamento Abordado de 0 a 3	
J	A abrangência da linguagem utilizada nos meios e os recursos materiais e os públicos envolvidos.	15	Planograma Abordado de 101 a 20	
			Subdimensionamento Abordado de 101 a 10	Não revisar e revisar.
			Parcialmente Abordado de 01 a 10,5	
			Indefinidamente Abordado de 01 a 6	
			Não Abordado ou Dimensionamento Abordado de 0 a 3	
		200	115	
Data e assinatura: 08/11/2022		Francisco de Assis Carvalho		





PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA | PMBM.

SUBCOMISSÃO TÉCNICA | SubCom.
CONCORRÊNCIA PÚBLICA: 001/2023

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO-IDENTIFICADA

INVOLUCRO Nº: 1

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

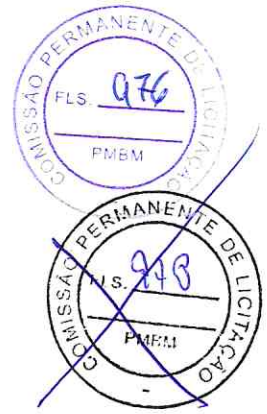
Avaliador 2: Francisco de Assis Carvalho

Licitante

A

TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

Estratégia de Mídia e Não-Mídia			Pontuação Máxima		Contexto
Questitos	Aspectos Avaliados	Pontuações Máxima	Parâmetros	Notas	
A	C conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	35	Plenamente Abordado	de 31,5 a 35	Nota reavaliada e mantida.
			Satisfatoriamente Abordado	de 24,5 a 31,4	
			Parcialmente Abordado	de 14 a 24,4 15	
			Insuficientemente Abordado	de 7 a 13,9	
			Não Abordado ou Errosamente Abordado	de 0 a 6,9	
B	A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	20	Plenamente Abordado	de 16,1 a 20	
			Satisfatoriamente Abordado	de 14,1 a 18	
			Parcialmente Abordado	de 8,1 a 14	
			Insuficientemente Abordado	de 4,1 a 8 8	
			Não Abordado ou Errosamente Abordado	de 0 a 4	
C	A consistência e a coerência do plano simulado de distribuição de peças ou dos materiais em relação às 02 (duas) mídias anteriores.	20	Plenamente Abordado	de 10,1 a 20	Nota reavaliada e mantida.
			Satisfatoriamente Abordado	de 14,1 a 18	
			Parcialmente Abordado	de 8,1 a 14 9	
			Insuficientemente Abordado	de 4,1 a 8	
			Não Abordado ou Errosamente Abordado	de 0 a 4	
D	A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da PMBM, indicados no 'briefing'.	20	Plenamente Abordado	de 10,1 a 20	Nota reavaliada e mantida.
			Satisfatoriamente Abordado	de 14,1 a 18	
			Parcialmente Abordado	de 8,1 a 14 10	
			Insuficientemente Abordado	de 4,1 a 8	
			Não Abordado ou Errosamente Abordado	de 0 a 4	
E	A economicidade e a criatividade da aplicação de verbas de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças ou dos materiais.	35	Plenamente Abordado	de 31,5 a 35	Nota revisada e alterada.
			Satisfatoriamente Abordado	de 24,5 a 31,4 25	
			Parcialmente Abordado	de 14 a 24,4	
			Insuficientemente Abordado	de 7 a 13,9	
			Não Abordado ou Errosamente Abordado	de 0 a 6,9	
F	A otimização de mídia segmentada, alternativa e de mesa.	20	Plenamente Abordado	de 10,1 a 20	
			Satisfatoriamente Abordado	de 14,1 a 18	
			Parcialmente Abordado	de 8,1 a 14 10	
			Insuficientemente Abordado	de 4,1 a 8	
			Não Abordado ou Errosamente Abordado	de 0 a 4	
150			77		
Pontuação Máxima			Soma Geral		



[Handwritten signature]



PREFEITURA MUNICIPAL DE BARRA MANSA | PMBM.

SUBCOMISSÃO TÉCNICA | SubCom.

CONCORRÊNCIA PÚBLICA: 001 | 2023

AValiação TÉCNICA
(RESUMO AVALIADOR 2)

INVÓLUCRO Nº. 1

PONTUAÇÃO QUESITO
PLANO DE COMUNICAÇÃO
PUBLICITÁRIA
(Soma das notas dos subquestos)

Licitante

Subquestos

Notas Finais

Raciocínio Básico

69,00 (sessenta e nove pontos)

Estratégia de Comunicação Publicitária

106,00 (cento e seis pontos)

Ideia Criativa

115,00 (cento e quinze pontos)

Estratégia de Mídia e Não-Mídia

77,00 (setenta e sete pontos)

367,00

(seiscentos e oito pontos e cinquenta décimos)

Avaliador 2

Francisco de Assis Carvalho

n 11 de
de 2023

