



PROCESSO
Nº _____
Fis _____
ASSINATURA _____

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº. 0160/2021

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2021

ATA PARA ENTREGA DOS INVÓLUCROS Nº01 – PROPOSTA TÉCNICA – VIA NÃO IDENTIFICADA

Ao décimo primeiro dia do mês de agosto de dois mil e vinte e um (**11/08/2021**), às 10:30 horas, reuniu-se, na sala de reuniões da Câmara Municipal de Macaé, situada na Avenida Antônio Abreu, 1805, Horto – Macaé/RJ, a Comissão Permanente de Licitação, composta por: Marcelo da Silva Pinto, Presidente da Comissão Permanente de Licitação e os Membros Efetivos: Álvaro Caldeira Pimentel, Juliano Farias Pereira Gáspio e Maicon Viana Gomes, conforme portaria nº. 116/2021 de 20/05/2021, com efeito retroativo a 15/05/2021, para entrega dos invólucros nº 01 – Proposta Técnica – Via não identificada, à Subcomissão Técnica referente à **CONCORRÊNCIA PÚBLICA nº. 002/2021** do tipo **Menor Técnica**, sob o regime de **EXECUÇÃO INDIRETA** de **EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO**, cujo objetivo é a **CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, SOB DEMANDA, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE DE COMPETÊNCIA DA CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ AOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO**, conforme edital de licitação.

O Presidente da Comissão Permanente de Licitação reuniu-se com os membros da Subcomissão Técnica para entrega dos invólucros nº 01 Proposta Técnica – Via Não identificada.

Foi certificado com os membros da Subcomissão Técnica que os invólucros entregues estavam em perfeito estado e sem identificação.

Foram entregues a Subcomissão Técnica um total de 06 (seis) invólucros para realização de julgamento da proposta técnica de acordo com o edital Concorrência Pública nº002/2021.

Após a entrega dos invólucros, a Comissão Permanente de Licitação, deixou a Subcomissão Técnica acomodada na sala de reuniões da Câmara Municipal de Macaé, situada na Avenida Antônio Abreu, 1805, Horto – Macaé/RJ, para realização do julgamento das propostas técnicas – via não identificada.

Foi disponibilizado a Subcomissão Técnica a chave da sala de reuniões, para eventuais suspensões dos trabalhos de julgamento, restando assim guarnecido as propostas técnicas, referente ao invólucro nº 01 – Via não identificada.

Foi informado a Subcomissão Técnica que após a conclusão dos julgamentos, deverá a mesma realizar ata para entrega à Comissão Permanente de Licitação.

Somente após a realização do julgamento referente ao invólucro nº 01 Proposta Técnica – Via Não Identificada, e entrega dos mesmos, a Comissão Permanente de Licitação irá

Câmara Municipal de Macaé
Marcelo Silva Pinto
Presidente da CPL
Matrícula 5915-6

Câmara Municipal de Macaé
Maicon Viana Gomes
Assessor C
Matrícula 5720-7

Página 1 de 2

CAMARA MUNICIPAL DE MACAÉ
Juliano Farias Pereira Gáspio
Técnico de Som
Matrícula: 4095-9

Câmara Municipal de Macaé
Álvaro Caldeira Pimentel
Pregoeiro
Matrícula 5691-0



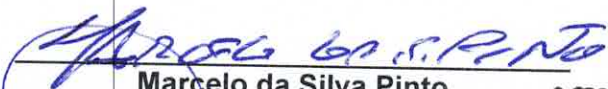
ESTADO DO RIO DE JANEIRO
CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

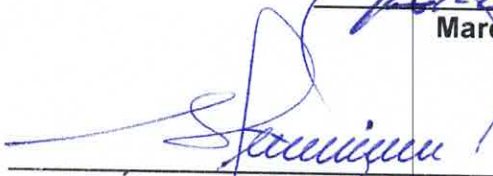
PROCESSO
Nº _____
Fls _____
ASSINATURA


encaminhar a Subcomissão Técnica os invólucros nº03, para análise e julgamento individualizado.

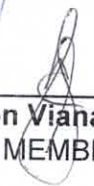
Nada mais havendo a tratar, foi dada por encerrada a entrega dos invólucros nº01 Proposta Técnica – Via Não Identificada às 10:45 horas.

Macaé/RJ, 11 de agosto de 2021.

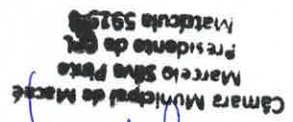

Marcelo da Silva Pinto
 PRESIDENTE


Alvaro Caldeira Pimentel
 Câmara Municipal de Macaé
 Alvaro Caldeira Pimentel
 Pregoeiro
 Matrícula 5691-0

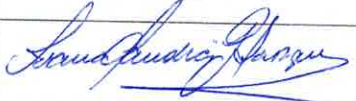

Juliano Farias Pereira Gáspio
 MEMBRO


Maicon Viana Gomes
 MEMBRO

Câmara Municipal de Macaé
Maicon Viana Gomes
 Assessor C
 Matrícula 5720-7


Juliano Farias Pereira Gáspio
 Câmara Municipal de Macaé
 Presidente da Comissão
 Marcelo Silva Pinto
 Matrícula 5915

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ
Juliano Farias Pereira Gáspio
 Técnico de Som
 Matrícula: 4095-9

MEMBROS SUBCOMISSÃO TÉCNICA	ASSINATURA
Tatiani da Cruz Costa CPF nº 296.718.348-25 (sem vínculo)	
Mariliza Rodrigues de Souza CPF nº 254.398.098-99 (sem vínculo)	
Ivana Claudia Gravina Marques CPF nº 863.409.137-68 (com vínculo)	



PROCESSO
Nº _____
FIs _____
ASSINATURA _____

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº. 0160/2021

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2021

ATA DE REUNIÃO PARA ANÁLISE DA PONTUAÇÃO TÉCNICA

Ao décimo primeiro dia do mês de agosto de dois mil e vinte e um (**11/08/2021**), às 10:45 horas, reuniu-se, na sala de reuniões da Câmara Municipal de Macaé, situada na Avenida Antônio Abreu, 1805, Horto – Macaé/RJ, a Subcomissão Técnica, composta por: Tatiani da Cruz Costa, CPF nº 296.718.348-25, sem vínculo com a Câmara Municipal de Macaé, Mariliza Rodrigues de Souza, CPF nº 254.398.098-99, sem vínculo com a Câmara Municipal de Macaé e Ivana Claudia Gravina Marques, CPF nº 863.409.137-68, matrícula nº 4467-9, para análise do invólucro 1 referente a **CONCORRÊNCIA PÚBLICA nº. 002/2021**, cujo objetivo é a **CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, SOB DEMANDA, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE DE COMPETÊNCIA DA CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ AOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO**, conforme edital de licitação.

Conforme previsto no subitem 13.7 do edital da Concorrência Pública nº002/2021, a Comissão Permanente de Licitação encaminhou para esta Subcomissão Técnica o total de 06 (seis) invólucros contendo as Propostas Técnicas – Plano de Comunicação Via Não Identificada.

“13.7. Os Invólucros abertos e todo o seu conteúdo serão encaminhados à Subcomissão Técnica para análise e julgamento.”

Foi informado pelo Presidente da Comissão Permanente de Licitação, Sr. Marcelo da Silva Pinto, que no dia 09 de agosto de 2021, foram recebidos os invólucros para serem analisados por esta Subcomissão Técnica.

Conforme previsto nos subitens 13.8, 13.9 e 13.9.1 do edital, a Comissão Permanente de Licitação apenas irá disponibilizar para a Subcomissão Técnica os invólucros nº 03 – Conjunto de Informações, após o término da análise do plano de Comunicação – Via Não Identificada.

“13.8. A Subcomissão Técnica procederá a análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada (Invólucro nº 01) e do



ESTADO DO RIO DE JANEIRO
CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

PROCESSO
Nº _____
Fls _____
ASSINATURA _____

Conjunto de Informações (Invólucro nº 03), respeitado o procedimento legal e conforme critérios e quesitos estabelecidos neste Briefing, desclassificando-se as Propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas nesse instrumento, observado o disposto no subitem 10.1.3.3.

13.8. Serão elaboradas pela Subcomissão Técnica duas atas relativas (I) ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada e (II) ao julgamento dos quesitos referentes ao Conjunto de Informações e, posteriormente, encaminhadas à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

13.8.1. A Subcomissão Técnica justificará os pontos concedidos em cada item do critério de avaliação;"

Registra-se que no dia 11/08/2021, foi suspensa a sessão às 17:35 hs, com todos os invólucros permanecendo na sala de reunião, que foi devidamente trancada pela Subcomissão Técnica.

Registra-se que foi informado para a Segurança da Casa Legislativa, que a sala deveria permanecer trancada e não sendo possibilitado a entrada de pessoas não autorizadas, que não seja parte integrante da Subcomissão Técnica.

Registra-se que foi retomada a análise técnica por esta Subcomissão, no dia 16/08/2021, às 09:00 hs.

Registra-se que no dia 16/08/2021, foi suspensa a sessão às 19:45 hs, com todos os invólucros permanecendo na sala de reunião, que foi devidamente trancada pela Subcomissão Técnica.

Registra-se que foi informado para a Segurança da Casa Legislativa, que a sala deveria permanecer trancada e não sendo possibilitado a entrada de pessoas não autorizadas, que não seja parte integrante da Subcomissão Técnica.



PROCESSO	
Nº	_____
Fis	_____
ASSINATURA	

Registra-se que foi retomada a análise técnica por esta Subcomissão, no dia 17/08/2021, às 07:40 hs.

Os membros da Comissão Técnica finalizaram as análises das propostas técnicas e emitiram suas notas.

Conforme previsto no anexo VI do edital, quando um quesito ou subquesito terminar com diferença entre a maior e a menor pontuação superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima será necessária uma reavaliação da pontuação atribuída, com a finalidade de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas.

"c) A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

d) A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

e) Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação."

Os membros da Subcomissão Técnica tiveram acesso às pontuações e às justificativas ofertadas por cada um dos membros.

Os membros da Subcomissão Técnica partiram para a reanálise das propostas técnicas dos invólucros nº 01, contudo, não houve alteração de nota atribuída por cada membro da Subcomissão Técnica.



ESTADO DO RIO DE JANEIRO
CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

PROCESSO	
Nº	_____
Fis	_____
ASSINATURA	

A Subcomissão Técnica avaliou em conjunto cada invólucro de proposta técnica e apresentou suas notas.

Segue abaixo as notas apuradas:

TEMA	NOTA FINAL
Amor a vida e respeito ao cidadão – Que futuro você quer	34,96
Macaé na pós pandemia – Opinar na retomada é praticar cidadania	50,48
Aqui sua ideia sem valor – Essa é minha voz	39,82
Nada será como antes, mas com você tudo pode ser melhor	51,63
Macaé do futuro – Uma cidade feita com as ideias da gente	64,33
Câmara e você juntos pelo futuro de Macaé	60,65

Nada mais havendo a tratar, foi dada por encerrada a reunião as 12:30 hs.

Macaé/RJ, 17 de agosto de 2021.

Tatiani da Cruz Costa
CPF nº 296.718.348-25

Mariliza Rodrigues de Souza
CPF nº 254.398.098-99

Ivana Claudia Gravina Marques
CPF nº 863.409.137-68
Matrícula nº 4467-9

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: MACAÉ DO FUTURO - UMA CIDADE FEITA COM AS IDEIAS DA GENTE

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				SITUAÇÃO	MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES			
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)							
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)							
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4	4	4	4
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	3	3	3	3	3
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	3	3	3	3	3
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)							
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4	4	4	4
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4	4	4	4
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	3	3	3	3	3	3
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	3	3	3	3	3
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3	3	3	3	3	3
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	3	3	3	3	3	3
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)							

Nº _____
 FIS _____
 ASSINATURA _____

[Handwritten signatures]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: MACAÉ DO FUTURO - UMA CIDADE FEITA COM AS IDEIAS DA GENTE

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				SITUAÇÃO	MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	2	2	2		2	

1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)

Assinatura: _____
 Nº _____
 Fls _____

[Handwritten signatures]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: MACAÉ DO FUTURO - UMA CIDADE FEITA COM AS IDEIAS DA GENTE

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO	
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	3	3	3	3	3
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	1	2	1	1,33	1,33
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2	2	2
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	3	3	3	3
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	3	3	3	3	3
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	2	2	2	2,00	2,00
TOTAL					64,33	64,33

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA





INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: NADA SERÁ COMO ANTES, MAS COM VOCÊ TUDO PODE SER MELHOR

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA					MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO		
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)							
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)							
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4		4	
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3	
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	3	3		3	
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)							
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	2	2		2,66	
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	2	2		2,66	
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	1,5	1,5	1,5		1,5	
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	1,5	1,5	1,5		1,5	
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3,0	
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	3	3	3		3,0	
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)							

PROCESSO Nº _____
FIS _____

ASSINATURA

[Handwritten signatures]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: NADA SERÁ COMO ANTES, MAS COM VOCÊ TUDO PODE SER MELHOR

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				SITUAÇÃO	MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	1	2	2		1,66	
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	2	1		1,66	
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	1	1	2		1,33	

PROCESSO
Nº _____
Fls _____

ASSINATURA

1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)

[Handwritten signatures]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: NADA SERÁ COMO ANTES, MAS COM VOCÊ TUDO PODE SER MELHOR

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO	
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	1,5	1,5	1,5		1,5
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	1,5	1,5	1,5		1,5
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	1	2	2		1,66
		TOTAL				51,63

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA

Adriana

[Signature]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: AQUI SUA IDEIA TEM VALOR - ESSA É MINHA VOZ

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO	
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)						
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)						
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4		4
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	3	3		3
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)						
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	2	2		2,66
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	2	2		2,66
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	1,5	1,5	1,5		1,5
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	1,5	1,5	1,5		1,5
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	1,5	1,5	1,5		1,5
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	1,5	1,5	1,5		1,5
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)						

Nº _____
Fls _____

ASSINATURA

[Handwritten signatures]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: AQUI SUA IDEIA TEM VALOR - ESSA É MINHA VOZ

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				SITUAÇÃO	MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	2	1	1		1,33	
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	1	1		1,33	
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	1	2	1		1,33	
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	1	1	1		1	

1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)

Nº _____
 Fis _____
 ASSINATURA _____

[Handwritten signatures]

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: AQUI SUA IDEIA TEM VALOR - ESSA É MINHA VOZ

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO	
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	1,5	1,5	1,5		1,5
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	1,5	1,5	1,5		1,5
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	1,5	1,5	1,5		1,5
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	1	1	1		1
TOTAL						39,82

PROCESSO
 Nº _____
 Fls _____
 ASSINATURA

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: MACAÉ NA PÓS PANDEMIA - OPINAR NA RETOMADA É PRATICAR CIDADANIA

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				SITUAÇÃO	MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES			
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)							
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)							
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4			4
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	3	3			3
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	3	3			3
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)							
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos a natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	2	4			3,33
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	2	4			3,33
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	3	1,5	3			2,5
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	3	3			3
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3	1,5	3			2,5
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	1,5	1,5	1,5			1,5
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)							

Nº _____
Fls _____

ASSINATURA

[Handwritten signatures]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: MACAÉ NA PÓS PANDEMIA - OPINAR NA RETOMADA É PRATICAR CIDADANIA

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				SITUAÇÃO	MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	1	1	2		1,33	
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	1	1	2		1,33	
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	2	1	1		1,33	
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	2	1	1		1,33	

PROCESSO
Nº _____
Fls _____
ASSINATURA

1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)

[Handwritten signatures]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: MACAÉ NA PÓS PANDEMIA - OPINAR NA RETOMADA É PRATICAR CIDADANIA

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO	
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	1,5	1,5	1,5		1,5
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	1,5	1,5	1,5		1,5
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	2	2	2		2
TOTAL						50,48

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA

[Handwritten signatures]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: AMOR A VIDA RESPEITO AO CIDADÃO - QUE FUTURO VOCÊ QUER

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				SITUAÇÃO	MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES			
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)							
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)							
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	2	2	2		2	
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	1.5	1.5	1.5		1.5	
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	1.5	1.5	1.5		1.5	
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)							
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	2	2	2		2	
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	2	2	2		2	
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	1.5	1.5	1.5		1.5	
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	1.5	1.5	1.5		1.5	
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	1.5	1.5	1.5		1.5	

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA




INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: AMOR A VIDA RESPEITO AO CIDADÃO - QUE FUTURO VOCÊ QUER

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO	
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	1.5	1.5	1.5		1.5
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)						
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	1	2		1.66
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	2	1	1		1..33

PROCESSO Nº _____
 Fls _____
 ASSINATURA

[Handwritten signature]

Handwritten signature

Handwritten signature

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: AMOR A VIDA RESPEITO AO CIDADÃO - QUE FUTURO VOCÊ QUER

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				SITUAÇÃO	MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES			
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	1	2		1.66	
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	1	2	1		1.33	
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)							
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	1.5	1.5	1.5		1.5	
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	2	1	1		1.33	
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	1.5	1.5		2	
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	1.5	1.5	1.5		1.5	
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	1	1	1		1	
TOTAL						34,96	

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: CÂMARA E VOCÊ JUNTOS PELO FUTURO DE MACAÉ

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA					MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO		
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)							
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)							
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4		4	
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3	
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	3	3		3	
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)							
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4		4	
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4		4	
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3	
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3	
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3	
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	3	3	3		3	
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)							

PROCESSO N° _____
 Fls _____
 ASSINATURA

[Handwritten signatures]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: CÂMARA E VOCÊ JUNTOS PELO FUTURO DE MACAÉ

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO	
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	2	1		1,66
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	2	2	1		1,66
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	1	1	2		1,33
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	1	1	1		1

1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)

PROCESSO
 Nº _____
 Fls _____
 ASSINATURA

[Handwritten signatures]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: CÂMARA E VOCÊ JUNTOS PELO FUTURO DE MACAÉ

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				SITUAÇÃO	MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3	
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e-ou de material em relação as duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3	
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3	
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	2	2	2		2,00	
					TOTAL	60,65	

PROCESSO

Nº _____

FIs _____

ASSINATURA



ANÁLISE

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Tatiani da Cruz Costa

INVÓLUCRO N°01

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: Macaé do Futuro. Uma cidade feita com as ideias da gente

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)			
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)			
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.1.7 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)			
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos;	3	3	
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	2	

Nº _____
 FIS _____
 ASSINATURA _____

Albino

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	2	
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	3	
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	1	<i>Análise muito ampla do público-alvo.</i>
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	

Alves

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	3	
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	2	

PROCESSO
Nº _____
Fis _____
ASSINATURA

fl. 01

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: *Na da sua como antes, mas com você tendo prade su melhor.*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1. - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)			
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)			
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)			
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	1,5	<i>fermente feito limite os desdobramentos positivos</i>
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	1,5	<i>idem item 1.2.3</i>
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	3	
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	1	<i>capacidade de compreensão a adequação do desafio</i>
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	1	<i>Os pontos mentar nichigos pejavam a estratégia de mídia</i>

PROCESSO	
Nº	_____
Fls	_____
ASSINATURA	

Aluísio:

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	1	Pouca apresentação de conteúdos dos diversos segmentos do público-alvo
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	A comum repetição do uso das cores azul e branco em peças interativas é um fator que contribui para a perda parcial da originalidade
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos;	2	1	Utilização do gatilho mental com conotação negativa
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	3	
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	1,5	Pouca utilização dos recursos próprios da câmara

PROCESSO	
Nº	
FIs	
ASSINATURA	

A. L. M. T.

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	1,5	não incluiu de forma discriminada os 35% da cota de mídia
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	1	Ausência das ações de mídia alternativa.

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA

Assinatura:

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: *Construa Você - juntos pelo futuro de Macaé*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)			
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)			
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)			
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, gerais e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	3	
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	2	

PROCESSO	
Nº	
Fis	
ASSINATURA	

Albino

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	<p><i>Uma comum das cores das peças emite brilho é um fator que contribui para a porta para a originalidade</i></p>
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	1	<p><i>Excesso de elementos e textos que tira a simplicidade das peças</i></p>
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	1	<p><i>A campanha fica comprometida dando as peças promissoras muitos elementos</i></p>
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	1	<p><i>Excesso de informações e textos</i></p>
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	3	
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	

PROCESSO	
Nº	
Fls	
ASSINATURA	

Alto

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	3	
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	2	

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA _____

Alves

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: Macaé no Pés Sanduvinha - Opinar na tomada de decisão cidadania

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) 1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)			
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)			
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	1,5	Atenção na especificação das ações que não desindividua para que público forne conhecimento das atividades da Câmara
1.3 - Ideias Criativas: 20 (vinte)			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	1	Falta especificar e melhor forma de lidar com os desafios citados.
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	1	Devido a pouca apresentação de ações sobre alguns objetivos solicitados.

PROCESSO

Nº _____
Fls _____

ASSINATURA _____

Alente:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	1	Excesso de informação nas peças e os elementos não conversam entre si
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	1	Irrondamentos das peças ficam prejudicadas devido aos elementos que não conversam entre si
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	1	Limite da devido a estrutura do layout com muitos elementos que divergem entre si
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	2	
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	1,5	Ausência de pesquisa especificada para a população de Macaé
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	1	Devido a ausência da pesquisa especificada para população e avaliação deste item
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	1	idem 1.4.2.
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	

A. Costa

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	1,5	Foi repudiada a economicidade, devido a ausência da especificação dos custos da agência
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	2.	

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA

Alvete

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

Amor a vida, respeito ao cidadão - Que Futuro Você Quer

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)			
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)			
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	2	<i>As ações de comunicação foram apresentadas de maneira mais confusa onde se falte o entendimento das ações</i>
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	1,5	<i>Contextos ficam confusos, não deixando tão explícita as ações (para ações) para solucionar os desafios juntos aos diversos públicos.</i>
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	1,5	<i>Os objetivos foram apresentados de maneira muito redundante.</i>
1.2 - Raciocínio de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)			
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	2	<i>Devido ao raciocínio com pouco apresentados</i>
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	2	<i>Raciocínio confuso ao apresentar o conceito proposto</i>
1.2.3 - A riqueza de esdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	1,5	<i>idem tópico 1.2.2</i>
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	1,5	<i>idem tópico 1.2.2</i>
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	1,5	<i>Faltou elementos para apresentar argumentações em defesa de estratégia de comunicações</i>
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, gerais e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos;	3	1,5	<i>idem tópico 1.2.5</i>
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	1	<i>Ausência de apresentações dos desfiles</i>
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	1	<i>Devido ao raciocínio confuso</i>

PROCESSO Nº _____
 Fls _____
 ASSINATURA _____

Almeida;

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	1	Excesso de informações nas peças de folheto e entendimento da parte do público alvo.
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	Muitos elementos e repetição do uso das cores padaria para interações públicas.
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	1	Devido as peças apresentaram muitos elementos e textos as artes não foram complexas para o público.
1.3.7 - Sua pertinência as atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que ensina, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	1	Muitos elementos textuais
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	1,5	Pesquisa sobre o hábito de consumo tem grande fundamentos
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	1	Faltou fundamentação na pesquisa
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	

PROCESSO	
Nº	
Fis	
ASSINATURA	

Handwritten signature

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mérito, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	1,5	Nas decisões a pontuação da agência
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	1	avulsa da pesquisa mais elaborada, deixa lacuna na segmentação da mídia argumentada

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA

Albeto

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: *Aqui sua ideia tem valor - Essa é minha voz*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)			
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)			
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	
1.1.5 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)			
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	1,5	<i>Foi apontado pelos jurados para um melhor aproveitamento do conceito proposto</i>
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	1,5	<i>Não estavam claras as ações de comunicação para solucionar o desafio</i>
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	1,5	<i>Aparentada pouca argumentação para a estratégia de comunicação</i>
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	1,5	<i>Não foram apresentadas ideias específicas para melhor avaliar</i>
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	1	<i>Aparentar ações mais corporativas e restritas diante da diversidade dos desafios apresentados.</i>
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	1	<i>ausência de proposta jurídica e (elaboração) adequações da estratégia de comunicação.</i>

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA _____

Adorável

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	1	Não foi apresentada uma estratégia de diversos segmentos do público-alvo.
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	1	Devido ao peso sem apresentar no mesmo layout e poucas modificações nele.
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	1	Faltou pontuar as ações junto ao público-alvo e comunicação interna.
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	1	As peças apresentam o mesmo layout e texto, o que limita a avaliação de diversos desdobramentos possíveis.
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou material: 2 (dois) pontos;	2	1	idem item 1.3.8.
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	1	as peças foram apresentadas com o mesmo formato e layout.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	1,5	ausência de um pesquisa ativa.
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	1	idem item 1.4.1.
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	1	idem item 1.4.1.
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	1,5	Os recursos foram utilizados sem apresentações de uma tabela com valores pertencidas no mercado.

PROCESSO

No _____

Fls _____

ASSINATURA _____

Assinatura:

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	1,5	idem item 1.4.4.
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	1	Não apre sentar estudos de dados suficientes para uma muita avaliações.

PROCESSO

Nº _____

FIs _____

ASSINATURA

Alto;



ANÁLISE

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

**Mariliza Rodrigues de
Souza**

INVÓLUCRO N°01

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: Amor a vida - respeito ao cidadão + que futuro você quer?

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.1.1 - A arte de comunicação publicitária sobjeta desta licitação. (quatro) pontos;	4	2	Raciocínio lógico confuso, com argumentos pouco claros; focados na panfletagem e não na polícticas propostas.
1.1.2 - O plano de comunicação a ser elaborado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ. 3 (três) pontos;	3	4,5	Idem justificativa anterior.
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação. 3 (três) pontos;	3	1,5	Objetivos confusos.
1.2.1 - A adequação de fontes técnicas e do conteúdo expostos a Prefeitura de Câmara Municipal de Macaé e o desafio de comunicação a ser enfrentado. 4 (quatro) pontos;	4	2	Dissonância os valores e simbologias citadas no edital, mas não apresenta solução. Raciocínio confuso.
1.2.2 - A consistência lógica e a precisão da argumentação apresentada em relação ao parâmetro, finalidade do encontro propostos. 4 (quatro) pontos;	4	2	Argumentos focados num histórico do município, não questões pendentes, apresentando pouco sobre especificidade.
1.2.3 - A riqueza de desenvolvimentos, pontos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos. 3 (três) pontos;	3	4,5	Pouco voltado para os seus dados, logo, pouco riqueza de seus desenvolvimentos. Explico o que é cada peça, manuais como contextualização confusa.
1.2.4 - A adequação e a exatidão da estratégia de comunicação pública proposta para a solução do desafio de comunicação. 3 (três) pontos;	3	4,5	Estratégia confusa; fugindo de objetivo central e do raciocínio lógico.
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta. 3 (três) pontos;	3	4,5	Perde-se que há conhecimentos sobre o que é Câmara de Macaé, para ao expor os desafios propostos e como ajudá-los a resolvê-los.
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a veia disponível. 3 (três) pontos;	3	4,5	O desafio não foi enunciado no argumento, logo, não tem adequação.
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação. 2 (dois) pontos;	2	1	falta-se muito sobre "que futuro você quer", mas não é apresentada a forma como essa campanha pretende dar uma resposta.
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pelo licitante. 2 (dois) pontos;	2	1	

PROCE
 Nº _____
 Fls _____
 ASSINA

[Handwritten signature]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo. 2 (dois) pontos;	2	1	Pesquisa deficitária sobre público de interesse (ref. de 2008, por ex.); dados populacionais etc.
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; 2 (dois) pontos;	2	2	Pegou com muitos elementos, tornando-o, visivelmente poluído e pouco originais.
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a compoem; 2 (dois) pontos;	3	1	Muita informação em cada pgp gera falta de simplicidade no comunicar.
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta; 2 (dois) pontos;	2	1	Sem explicações anteriores - item 1.2.6.
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação na Câmara Municipal de Macaé; 2 (dois) pontos;	2	1	As pgps possuem desdobramentos, porém, são muito parecidas entre si - pouco criativas.
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que emerge, conforme demonstrado nos eventos de peças e ou material apresentados; 2 (dois) pontos;	2	1	Deles justificativas anteriores - presume-se uma campanha pouco executável.
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material; 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos previstos; 2 (dois) pontos;	2	2	
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia; 15 (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários; 3 (três) pontos;	3	4,5	Cita meios de comunicação que não existem mais, por ex.; portanto, pesquisa sobre os hábitos de consumo foi pobre.
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; 2 (dois) pontos;	2	1	Faz comparações sem comprovações fundamentadas sobre os meios de comunicação sujeitos para veiculação de campanha - idem tópicos anteriores
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às aulas anteriores; 2 (dois) pontos;	2	1	Observa apenas o facebook como ferramenta interna citada para disseminação da campanha - atualmente é uma ferramenta em desuso.
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé; 3 (três) pontos;	3	4,5	

PROCE
 Nº _____
 Fls _____
 ASSINA

[Handwritten signature]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	4,5	não discrimina no plano de mídia o 15% de honorários nem o 35% destinados ao custo de divulgação.
1.4.6 - A otimização de mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	4,5	não identifiquei mídias segmentadas.

PROCESSO

Nº _____

Fis _____

ASSINATURA

[Handwritten signature]

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

Macaé nos Pés - Pandemia - Opinião na retomada e patição cidadania

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1. Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) 1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)			
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)			
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	2	nota pouco atrativo, um vez que "copiar" o tema sugerido para execuções de campanha.
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto: 4 (quatro) pontos;	4	2	o mote não o mesmo do tema sugerido para a campanha deixar a argumentação confusa.
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	1,5	Dever mais (formatos) para disseminar abrangendo a ideia central da campanha ao pessoal da câmara.
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	idem justificativa 1.2.3
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	1,5	Faltou na campanha. pontos de aceno onde os cidadãos poderiam saber o que tem sido feito pela Câmara.
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	1,5	idem justificativa 1.2.3
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	1	Objetivos específicos do briefing não foram atendidos em sua totalidade. Faltou especificar como lidar com
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	1	desnovo de público muito generalizado, comprometer o trabalho a adequação sugerida pelo edital.

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA _____

fls

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	Muito texto, poluição de imagens, - combinação dos elementos nos convêmem entre si. idem item anteriores
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	1	
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	1	mesma arte utilizada em vários desdobramentos, mudando apenas o formato onde se aplica a prep.
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	1	Exequibilidade prejudicada devido as justificativas já apresentadas.
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	1	Devido a falta de desdobramento, esta item também fica prejudicado
1.4 - Estratégia de trabalho e Meio Material: (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	1,5	Pesquisa muito generalizada; faltou pesquisa específica a realidade de cidade.
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	1	Com uma pesquisa de público generalizado, esta item também fica comprometido
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	1	idem justificativas anteriores.
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	

PROCESSO
 Nº _____
 Fls _____
 ASSINATURA _____

[Handwritten signature]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	1,5	sem documentação dos 15% de honorários e dos 35% destinados aos custos de mídia
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	2	

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA

Handwritten signature

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: *Aqui sua ideia tem valor - essa é minha voz*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)			
1.1 - Roteiro Básico: 10 (dez)			
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)			
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	2	<i>Divulgaram demais sobre o papel da Câmara e acabaram perdendo a parte da campanha em si.</i>
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em relação ao partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	2	<i>Não existe, uma vez que os argumentos não são novos nos conceitos apresentados.</i>
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	4,5	<i>Conceito pobre e repetitivo.</i>
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	4,5	<i>O descritivo não bate com as peças apresentadas.</i>
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	4,5	<i>Não há uma linha entre ideia e prática.</i>
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	4,5	<i>Argumentos bem abaixo do proposto, o que mostra pouco saber sobre os desafios apresentados, apenas do argumento de ter sido usadas tabelas.</i>
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	1	<i>Dando o parecer superficial - tanto de talento regional quanto de valores - não existe adequação ao desafio proposto</i>
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	1	<i>ideia justificativa anterior</i>

PROCESSO

Nº

Fs

ASSINATURA

[Handwritten signature]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	1	Faltou conteúdo e pesquisa em todas as peças para assuntos utilizados.
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	1	Conteúdo sem adaptações para os diversos veículos propostos ao plus todos num mesmo formato e texto.
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	Peças simples demais, pouco originais e repetitivas para todos as propostas de veiculacop.
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	1	Simples até demais - Agência não adequar os formatos.
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	1	Desdobramentos pouco visto nas peças apresentadas..
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	1	aqueim do desajudo e identificado no descritivo
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	1	As peças apresentam apenas imagens difíceis, mesmo sendo para uso diversos de plurimeixicop.
1.4 - Estratégia de Ativas e Mídia: 15 (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	4,5	Dados sem pesquisa real
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	4	Por não ter uma boa pesquisa, deixa a desajar neste tópico.
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	1	Como os pontos anteriores não alendeam, aqui fica refletido nas análises
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	4,5	não n este item pontuado na apuracop.

Nº _____
 F.º _____
 ASSINATURA _____

[Handwritten signature]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	4,5	Como foi citado, não foi apresentada a aplicação real de verba nas peças propostas.
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	1	Apresentada de forma simples, fica difícil visualizar esta otimização.

PROCESSO

Nº _____

FIs _____

ASSINATURA

M. Gomes

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

Nada será considerado, mas com vez, tudo pode ser melhor.

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1. Plano de Comunicação Publicitária: 05 (sessenta e cinco)			
1.1 - Planejamento Básico: 10 (dez)			
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação:	4	4	
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 30 (trinta)			
1.2.1 - A adequação do partido retórico e do conceito propostos a natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 1 (um) ponto;	4	2	Proposta se espelha ao modo do futuro, tornando a campanha simples, o que não reflete a realidade de Câmara idem tópico acima
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa no partido temático do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	2	O mote utilizado não se desdobra em pontos na proposta
1.2.3 - A riqueza de desenvolvimentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	1,5	Por conta da justificativa acima, a adequação e a exigibilidade perde forças.
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	1,5	
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a oferta disponível: 3 (três) pontos.	3	3	
1.3 - Idéia Criativa: 20 (vinte)			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	1	O mote "pendo" compromete a sua adequação ao desafio proposto.
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	1	idem justificativa anterior

No _____
Fls _____
ASSINATURA _____

Mont

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	Boa
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	Apesar de citar no descritivo argumentos do uso de layout moderno, as peças propostas não condizem com a citacop. Peças pouco engraçadas.
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.8 - Os descobrimentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.10 - A comparabilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos;	2	1	A campanha usou símbolos práticos negativos, referentes a questões do medo devido à pandemia, tornando a campanha tensa.
1.4 - Estrutura do plano simulado de distribuição de peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 3 (três) pontos;	3	3	
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	2	2	
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	1,5	Vejá pouco uso dos recursos de comunicação próprios de câmara nesta campanha.

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA _____

[Handwritten signature]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.1.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, exercida no plano simulado de distribuição das peças e ou do material; 3 (três) pontos;	3	4,5	Orçamento anexado ao valor proposto pela licitante, o que demonstra desprezo devido sobre valores nos incluído os 35% de taxa nas informações do Budgeting.
1.4.6 - A contratação a mídia segmentada, alternativa e etc. mais; 2 (dois) pontos;	2	2	

PROCESSO

Nº _____

Fis _____

ASSINATURA _____

Handwritten signature

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: *Macaé do Futuro - uma cidade feita com as ideias do povo.*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
2 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)			
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)			
1.1.1 - A adequação da comunicação publicitária objeto desta licitação, e (quatro) pontos;	4	4	
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)			
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à realidade da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.2.2 - A validade lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.2.3 - A adequação dos elementos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, gerais e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos;	3	3	
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	2	

PROCESSO	
Nº	_____
Fis	_____
ASSINATURA	

[Handwritten signature]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado, nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	3	
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	

PROCESSO

Nº _____

Fis _____

ASSINATURA _____

[Handwritten Signature]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da virbia de mídia; evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material; 3 (três) pontos;	3	3	
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa; 2 (dois) pontos.	2	2	

PROCESSO

Nº _____

FIs _____

ASSINATURA

Handwritten signature

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: *Câmara e você - Juntos pelo futuro de Macaé*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	PONTUAÇÃO MÁXIMA	OBSERVAÇÃO
1. Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)			
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)			
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	
1.1.3 - Os objetivos, parâmetros específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)			
1.2.1 - A adequação ao perfil temático e ao conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em relação ao ponto temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.2.3 - A influência dos instrumentos objetivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.4 - A adequação e a equidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e, se disponível: 3 (três) pontos.	3	3	
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.2 - Sua adequação a estratégia de comunicação publicitária sugerida pelo licitante: 2 (dois) pontos;	2	2	

PROCESSO	
Nº	_____
Fls	_____
ASSINATURA	

Albany

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA-MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que o constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	Muitas variantes de fonte num mesmo material, imagens em excesso.
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	1	A quantidade de imagens usadas nos peças deixou o material poluído - pouca simplicidade
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que visaseja, contorne demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	1	Com peças pouco atrativas, a execução da campanha deixa de ser funcional - quando mais poluída, menos clara e menos adequada
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	1	A variedade de imagens, fontes, assinatura não se enquadra ao perfil da Câmara, que utiliza layouts mais limpos
1.4 - Estratégia de Imagem e Vídeo: 3 (três) pontos;	3	3	
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	3	
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	

PROCESSO	
Nº	_____
Fis	_____
ASSINATURA	

Handwritten signature

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e oti do material: 3 (três) pontos;	3	3	
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos;	2	2	

PROCESSO
Nº _____
Fls _____

ASSINATURA



ANÁLISE

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Ivana Claudia G. Marques

INVÓLUCRO N°01

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: "Agora a vida respeito ao cidadão - Que futuro você quer."

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1. Plano de Comunicação Publicitária (5) (assinatura e preço)			
1.1. Raciocínio lógico (10 pontos)			
1.1.1 - A adequação da comunicação publicitária ao objetivo desta licitação. (4 pontos) pontos;	4	2	Raciocínio correto / sem observação
1.1.2 - O desenho da comunicação a ser apresentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ. (3 pontos) pontos;	3	1,5	Raciocínio sem observação
1.1.3 - Os objetivos, prazos e especificações de comunicação a serem alcançados em função da estratégia de comunicação. (3 pontos) pontos;	3	1,5	Raciocínio correto / sem observação
1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária (20 pontos)			
1.2.1 - A adequação ao contexto econômico, social e político da Prefeitura Municipal de Macaé e do Estado do Rio de Janeiro e ao planejamento estratégico da Prefeitura Municipal. (2 pontos) pontos;	2	2,0	Na forma como foi apresentado o Plano de estratégia de comunicação houve deficiência de entendimento nos tópicos desta item.
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência de alguns materiais apresentados em relação ao perfil da Prefeitura e dos objetivos previstos. (4 pontos) pontos;	4	2,0	Soltem
1.2.3 - A eficácia dos instrumentos previstos do conceito proposto para a comunicação na Câmara Municipal de Macaé com seus públicos. (3 pontos) pontos;	3	1,5	Soltem
1.2.4 - A adequação e a execução da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação. (3 pontos) pontos;	3	1,5	Soltem
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta. (3 pontos) pontos;	3	1,5	Soltem
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o cenário de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, e de específico de comunicação e a verba disponível. (3 pontos) pontos;	3	1,5	Soltem
1.3. Plano de Comunicação (20 pontos)			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação. (2 pontos) pontos;	2	1,0	Excesso de elementos
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pelo licitante. (2 pontos) pontos;	2	1,0	Excesso de elementos

PROCESSO	
Nº	
Fis	
ASSINATURA	

Assinatura

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	1,0	Pesquisa superficial do público-alvo -
1.3.4 - A multivalência de interpretações favoráveis que compoem: 2 (dois) pontos;	2	2,0	
1.3.5 - A importância da combinação dos elementos que o constituem: 2 (dois) pontos;	2	1,0	Excesso de elementos -
1.3.6 - A simplicidade na forma sob a qual se apresenta: 1 (dois) pontos;	2	1,0	O excesso dificulta a aprendizagem.
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2,0	
1.3.8 - Os elementos nos exemplos de obras e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	1,0	Houve desdobramento nos peas, mas acabam sendo repetidas.
1.3.9 - A exequibilidade dos meios de atingir: 2 (dois) pontos;	2	2,0	
1.3.10 - A compatibilidade na linguagem; utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos;	2	1,0	Excesso de elementos dificulta a linguagem.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	1,5	ou monitorar ou monitorar os hábitos de consumo do público-alvo
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	1,0	Sem - com um a capacidade analítica e profundidade
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	1,0	Sem uma pesquisa - profundidade torna-se difícil a distribuição das peças
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	1,5	sem discriminar o que a câmara se possui como recurso próprio

PROCESSO

Nº _____

Fis _____

ASSINATURA _____

Luana Guedes G. Feres

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material; 3 (três) pontos;	3	15	<p> <i> foi for descrito no plano de mídia a consideração aos honorários de 35% e de 15%, conforme especificações constantes do Briefing. </i> </p>
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa; 2 (dois) pontos.	2	10	<p> <i> Sem estudo proposto dos hábitos da população miracaense a otimização de mídia segmentada por proporcionalidade. </i> </p>

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA

Anna Claudia J. Souza

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: *MAPA NA TÓS PANDEMIA - Opinião na tomada de decisão e problematização*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1. Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)			
1.1. Raciocínio Básico: 10 (dez)			
1.1.1. As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: se (quatro) pontos;	4	4	
1.1.2. - O desafio de comunicação a ser enfrentado, pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	
1.1.3. Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	
1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)			
1.2.1. A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao nível de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.2.2. A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.2.3. A riqueza de detalhes inerentes ao conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.4. A adequação e a exequibilidade na estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.5. A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.6. A capacidade de articular os compromissos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos;	3	15	<i>Devido a parte da proposta sobre a riqueza - criatividade faltou citar o que está sendo feito atualmente pela C.M.M.</i>
1.3. Ideia Criativa: 20 (vinte)			
1.3.1. - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.2. - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pelo licitante: 2 (dois) pontos;	2	2	

PROCESSO	
Nº	
Fls	
ASSINATURA	

Anna Claudia Jacques

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	Poluição visual
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	1	Poluição visual
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que ensaja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	1	Devido aos elementos que nos convertem entre si os dados - elementos comunicativos podem prejudicar
1.3.9 - A executividade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	1	Devido a falta de desdobramento este item fica prejudicado
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos;	2	1	conforme a avaliação acima descrita esse item segue o mesmo padrão sendo também prejudicado.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	15	Falta pesquisa específica em relação a população macaense.
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	1	(populações de bairros)
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	1	Devido a falta de pesquisa específica do público alvo e seus hábitos, que além a população de Macaé e suas especificidades o item foi
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	própria da Câmara Municipal de Macaé.

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA

Ana Carolina J. Soares

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material; 3 (três) pontos;	3	1,5	<i>erro por descrito no plano de verba de mídia especificamente aos honorários de 35% e de 15% conforme solicitação em e-mail enviado complementar - em de Brasília</i>
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa; 2 (dois) pontos.	2	2	

PROCESSO

Nº _____

FIs _____

ASSINATURA

Luana Claudio G. Soares

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: *ADQUIRIR SUA IDEIA TEM UMAR. - ÉSSA É MINHA VOZ*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)			
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)			
1.1.1 - A ação de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.1.2 - O desafio de conceptualização a ser enfrentado pela CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	
1.1.3 - Os objetivos, prazos e específicos, na comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)			
1.2.1 - A adequação ao período temático a ser proposto (propósito, natureza da Unidade Administrativa, local e do universo de abrangência e a ser desenvolvido): 4 (quatro) pontos;	4	2	
1.2.2 - A coerência lógica e a pertinência da argumentação apresentada - em relação ao período temático e ao conceito proposto: 4 (quatro) pontos;	4	2	
1.2.3 - A riqueza de desenvolvimentos possíveis do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	1,5	
1.2.4 - A adequação e a exatidão: de estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	1,5	
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	1,5	
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, gerais e específicos, da comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	1,5	
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	1	
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	1	

** publicitarie geral no final deste envelope*

PROCESSO
 Nº _____
 Fls _____
 ASSINATURA _____

Arina Claudia G. Soares

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	1	
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	1	
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	1	
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	1	<i>Susceptível qual ao final de ser analisada.</i>
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou materiais apresentados: 2 (dois) pontos;	2	1	
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	1	
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	1	
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	15	
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	10	
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	10	
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos.	3	15	

PROCESSO
 Nº _____
 Fls _____
 ASSINATURA

Sandra Gaudin G. Souza

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	1,5	
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	1	

* Devido a especialidade de pesquisa tanto nos hábitos regionais do público alvo e também na distribuição de valores próximos a realidade de acordo com tabelas de mercado, todos os itens tornam-se prejudicados.

Não de ter faltado consistência para o desenvolvimento da estratégia de comunicação publicitária como um todo. Refletindo também no nível técnico, onde a apresentação das peças com seus layouts são mostrados apenas em um formato.

[Handwritten signature]

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA

[Handwritten signature]

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:
4- NADA SERÁ, COMO ANTES, MAS COM VOCÊ TUDO PODE SE A MELHORAR

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.1 - Ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 1.1.1 - 0 deslho de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 2 (dois) pontos;	4	4	
1.1.2 - os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao deslho de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	
1.1.3 - A adequação do partido temático e ao conceito "Propostas a apresentar da Câmara Municipal de Macaé e ao deslho de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	3	3	
1.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático a éo conceito "Propostas: 4 (quatro) pontos;	4	2	A proposta se prende muito ao "medo" e não se adquire a linguagem de comunicação da C.M.A.
1.2.3 - A riqueza de desenvolvimentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé em seus públicos: 3 (três) pontos;	3	2	Soluu com stem criativo
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do deslho de comunicação: 3 (três) pontos;	3	1.5	O motu sublinhado nos gere deslho de momento positivos na proposta de C.M.A.
1.2.5 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação do Câmara Municipal de Macaé, o derativo de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos;	3	1.5	A proposta para soluções do derativo, aduente parcialmista
1.3.1 - Sua adequação ao deslho de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	3	
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	3	

PROCESSO
Nº _____
Fls _____
ASSINATURA _____

Pouco adequado -
Pouco adequado - muito tanto também a desenvolvimento do que tem sendo feito na C.M.A.

Rosario Chaudes J. F. J. J.

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	Foco original e a combinação de elementos pouco satisfatória.
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	1	Sem impacto visual. Muito comum.
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	2	
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	3	
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos.	3	1.5	<p>Não cita o que a CMM utiliza até o momento: Como facebook - TV Comarc (youtube)</p>

PROCESSO	
Nº	
Fis	
ASSINATURA	

Anna Carolina J. Souza

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:			
CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material; 3 (três) pontos;	3	1,5	Não foi observado no plano de mídia a consideração aos honorários de 35% + 15%. conforme comitê em informações complementares do Brelprint
1.4.5 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa; 2 (dois) pontos.	2	2	

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA _____

Luís Claudio P. Lopes

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: **MACAÉ DO FUTURO - UMA CIDADE COM AS IDEIAS DA GENTE**

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)			
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)			
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)			
1.2.1 - A adequação ao núcleo temático e do conceito proposto, a natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos;	3	3	
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pelo licitante: 2 (dois) pontos;	2	2	

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA _____

Luana Oliveira G. Soares

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	2	
1.4 - Estratégia de Mídia e Não-Mídia: 15 (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	3	
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	2 (1)	<i>A pesquisa e exame dos hábitos, poderiam ser aplicados em outros meios dentro do Município: Sero, Centro Urbano, periferia.</i>
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	

PROCESSO	
Nº	
Fis	
ASSINATURA	

Luana Claudia G. Soares

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	3	
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	2	

Luana Almeida G. Lourenço

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: *CÂMARA E VOCE JUNTO SENO FUTURO DE MACAÉ*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)			
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)			
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	
1.1.3 - Os objetivos gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	
2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)			
1.2.1 - A adequação do partido temático ao conceito proposto a partir da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em relação ao partido temático e ao conceito proposto: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.2.3 - A riqueza de detalhes, pontos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3	
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos;	3	3	
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	2	

PROCESSO	
Nº	
Fls	
ASSINATURA	

Rosane Gaudin G. Campos

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	<i>comum e sem suposto manual particular</i>
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	1	<i>Excesso de elementos - utilização de vários pontos</i>
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	1	<i>Excesso manual</i>
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	1	<i>comum e com linguagem visual confusa</i>
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	1	<i>A linguagem está confusa devido ao excesso de elementos. pode prejudicar a ação.</i>
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze) pontos;			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	3	
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	2	
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	

PROCESSO	
Nº	_____
Fis	_____
ASSINATURA	

Luana Gláucia P. Paquet

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	3	
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	2	

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA _____

Luciana Chaudie S. M. Longo



ANÁLISE

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

INVÓLUCRO N°01

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: *ABU! SUA IDEIA TEM VALOR - ESSA É MINHA VOZ*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO	
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)						
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)						
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4		4
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3
1.1.3 - Os objetivos, gerês e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	3	3		3
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)						
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	2	2		2.66
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	2	2		2.66
1.2.3 - A riqueza de esdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	15	15	1.5		1.5
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	15	15	1.5		1.5
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	15	15	1.5		1.5

Nº _____
 Fls _____
 ASSINATURA _____

Assinatura: *Ivona Claudia Gravina Marques*

Assinatura: *Tatiani da Cruz Costa*

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				SITUAÇÃO	MÉDIA
		YATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES			
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	1.5	1.5	1.5		1.5	1.5
1.3 - Idéia Criativa: 20 (vinte)							
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	1
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	1
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	1
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	1
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	2	1	1		1	1.33
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	1	1		1	1.33
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	1	2	1		1	1.33
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	1

No _____
Fls _____
ASSINATURA

Adriano
Ilvany Claudia G. Soares
Joey

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				SITUAÇÃO	MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES			
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	/	/	/		/	
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos;	2	/	/	/		/	
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)							
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	1.5	1.6	1.5		1.5	
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	/	/	/		/	
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	/	/	/		/	
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	1.5	1.5	1.5		1.5	
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	1.5	1.5	1.5		1.5	
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	/	/	/		/	

Nº _____
 Fls _____
 ASSINATURA _____

total:

39,82

Assinatura: *Leandro Augusto G. Campos*

de Souza

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: AMOR A VIDA RESPEITO AO CIDADÃO - QUE FUTURO VOOB' OUTRO.

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				MÉDIA
		TATIANA DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO	
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)						
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)						
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	2	2	2		2
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	1.5	1.5	1.5		1.5
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos	3	1.5	1.5	1.5		1.5
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)						
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à realidade da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	2	2	2		2
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	2	2	2		2
1.2.3 - A riqueza de desenvolvimentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	1.5	1.5	1.5		1.5
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	1.5	1.5	1.5		1.5
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	1.5	1.5	1.5		1.5

PROCESSO
 Nº _____
 Fls _____
 ASSINATURA

Alberto

Ivana Claudia Gravina Marques

Marques

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA					MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO		
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos;	3	1.5	1.5	1.5			1.5
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)							
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1			1
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1			1
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1			1
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2			2
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1			1
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1			1
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	1	2			1.66
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que emerge, conforme demonstrado nos exemplos de peças, e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	2	1	1			1.33

PROCESSO
 Nº _____
 Fls _____
 ASSINATURA

Assinatura: *[Handwritten Signature]*

[Handwritten mark]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ

NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA

PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				MÉDIA
	TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILZA RODRIGUES DE SOUZA	IVARA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO	
2	2	1	2		1.66
2	1	2	1		1.33
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)					
3	15	15	15		1.5
2	1	1	1		1
2	2	1	1		1.33
3	3	15	15		2
3	15	15	15		1.5
2	1	1	1		1

PROCESSO
 Nº _____
 Fls _____
 ASSINATURA

Total = 34,96

Assinatura: *Stenio Claudina G. Souza*

Assinatura: *Albino*

10000

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: **MACAÉ NA TÓS PANDEMIA - OPINAR NA RETOMADA E PRATICAR CIDADANIA**

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO	
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)						
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)						
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4		4
1.1.2 - O desabo de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	3	3		3
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)						
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desabo de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	2	4		3.33
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	2	4		3.33
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	3	1.5	3		2.5
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3	1.5	3		2.5

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA

André:

Stana Claudia G. Gomes

16/16

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ

PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				MÉDIA
	TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CI AUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO	
3	1,5	1,5	1,5		1,5
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)					
2	1	1	2		1,33
2	1	1	2		1,33
2	2	2	2		2
2	2	2	2		2
2	2	1	1		1,33
2	1	1	1		1
2	2	2	2		2
2	1	1	1		1

1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.

1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;

1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pelo licitante: 2 (dois) pontos;

1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;

1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;

1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;

1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;

1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;

1.3.8 - Os dispositivos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças, e no material apresentados: 2 (dois) pontos;

PROCESSO Nº _____
 FIS. _____
 ASSINATURA _____

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ

NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA

	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MAURÍZIA RODRIGUES DE SOUZA	IVANÁ CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO	
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos;	2	2	1	1		1.33
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - 15 (quinze)						
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	1.5	1.5	1.5		1.5
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação as duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	1.5	1.5	1.5		1.5
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA

Total = 50,48

Assinatura: *Luana Claudia J. Araujo*

M. P. P.

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: *NADA SUA COMO ANTES, MAS COM 100% TUDO TUDO SEU MELHOR.*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA					MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO		
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)							10
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)							
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4		4	
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3	
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	3	3		3	
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)							14,33
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	2	2		2,66	
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	2	2		2,66	
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	1,5	1,5	1,5		1,5	
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	1,5	1,5	1,5		1,5	
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3	

PROCESSO

Nº _____

Fis _____

ASSINATURA

Assinatura: 

Assinatura: 

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ

PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				MÉDIA
	TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO	
	3	3	3	3	
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)					
2	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1
2	1	2	2	1.66	
2	2	2	2	2	
2	1	1	1	1	
2	2	2	1	1.66	
2	2	2	2	2	
2	2	2	2	2	
2	2	2	2	2	

PROCESSO
20
15

ASSINATURA

Assunto: *Luana Andreia G. Souza*

Assunto

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO	
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	1	1	2		1.33
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)						
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	1.5	1.5	1.5		1.5
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	1.5	1.5	1.5		1.5
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	1	2	2		1.66

PROCESSO

Nº _____

Fis. _____

ASSINATURA

Adverti: *[Signature]*

[Signature]

TOTAL = 51,63

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: **MACAÉ DO FUTURO - UMA CIDADE FEITA COM AS IDEIAS DA GENTE**

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA					MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO		
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)							
1.1 - Raciocínio básico: 10 (dez)							
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4		4	
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3	
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	3	3		3	
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)							
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4		4	
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4		4	
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3	
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3	
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3	

PROCESSO
 Nº _____
 Fls _____
 ASSINATURA

Avaliador:

Ivana Claudia Gravina Marques

10/05/2017

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				MÉDIA
		FAIHANI DA CRUZ COSTA	MARIUZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO	
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	3	3	3		3
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2

PROCESSO Nº _____
 Fls. _____
 ASSINATURA

Assinatura: *Leandro Oliveira G. Soares*

Wagner

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				MÉDIA
		TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO	
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos previstos: 2 (dois) pontos.	2	2	2	2		2
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)						
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame das peças: 2 (dois) pontos;	2	1	2	1		1,33
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	2	2	2		2

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA

Assinatura: *Sandra Gaudin G. Souza*

Total = 64,33

[Signature]

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: *CÂMARA E VOZES JUNTAS PARA FORTALECER O MACAÉ*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				MÉDIA
		TATIANA DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO	
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)						
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)						
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4		4
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	3	3		3
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)						
1.2.1 - A adequação do partido tomático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4		4
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido tomático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4		4
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3

PROCESSO Nº _____
 Fls _____
 ASSINATURA _____

Assinatura: Sandra G. Souza

Nota

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ

PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				MÉDIA
	IATARI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAVINA MARQUES	SITUAÇÃO	
3	3	3	3		3
1.3 - Idéia Criativa: 20 (vinte)					
2	2	2	2		2
2	2	2	2		2
2	2	2	2		2
2	2	2	2		2
2	1	1	1		1
2	1	1	1		1
2	2	2	1		1.66
2	2	2	1		1.66

1.2 E - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.

1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;

1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;

1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;

1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;

1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;

1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;

1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;

1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que ensaja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;

PROCESSO

Nº _____

Fls _____

ASSINATURA

Assinatura:

Luana Claudine G. Soares

Soares

INVÓLUCRO N° 01. - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ

NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA

PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				MÉDIA
	TATIANI DA CRUZ COSTA	MARILIZA RODRIGUES DE SOUZA	IVANA CLAUDIA GRAMINA MARQUES	SITUAÇÃO	
2	1	1	2		1,33
2	1	1	1		1
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)					
3	3	3	3		3
2	2	2	2		2
2	2	2	2		2
3	3	3	3		3
3	3	3	3		3
2	2	2	2		2

PROCESSO
 Nº _____
 Fls _____
 ASSINATURA

Adutora;

Ivana Claudia Gramina Marques

100%

Total = 60,65