

Ata do relatório da subcomissão técnica sobre Plano de Comunicação Publicitária

Às 10 horas e 54 minutos do dia treze de janeiro de 2026, a subcomissão de análise técnica reuniu-se para proceder à avaliação dos planos de comunicação publicitária das candidaturas apresentadas ao processo de licitação para contratação de agência publicitária para a Prefeitura de Juiz de Fora.

A subcomissão recebeu os documentos relativos a cinco candidaturas. Aberto o envelope "A", via não identificada, que constava o Plano de Comunicação Publicitária de cada proponente, procedeu-se à leitura dos documentos apresentados. A sessão foi interrompida às 13 horas e 45 minutos.

A sessão foi retomada às 10h, do dia 14 de janeiro. Os avaliadores procederam, progressivamente, à avaliação de cada um dos pontos, classificando os subitens segundo os parâmetros estabelecidos. No momento apropriado, também foram analisadas as lâminas demonstrativas. Os pareceristas concluíram a avaliação, ratificando o cumprimento de todas as suas atribuições e o atendimento, por parte das proponentes, aos requisitos exigidos. A média final foi calculada a partir das avaliações individuais de cada membro, discutidas coletivamente, conforme consta na gravação da sessão e nos documentos anexados. A sessão foi interrompida para a confecção da ata às 12h54.

Nova sessão foi aberta às 9h30 desta segunda-feira, 19, para a leitura da presente ATA. Não havendo óbices, a subcomissão técnica encerra o processo de análise técnica do envelope A, com lavratura da presente ata. As notas e parâmetros acompanham este relatório, devidamente assinadas e rubricadas pelos avaliadores:

Avaliadores:

Pedro Brasil Silva

Assinatura: Pedro Brasil Silva

Marcelo Souza Coelho

Assinatura: Marcelo Souza Coelho

Mariana Zibordi Pelegrini

Assinatura: Mariana Zibordi Pelegrini

Assinatura

RELATÓRIO INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

Plano de Comunicação Publicitária – Anexo IV

Proponente: Empresa 1

Data: 13-01-2025

QUESITO: RACIOCÍNIO LÓGICO

Nota atribuída (média): 8.33 / 10 pontos

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Siva

O Plano de Comunicação apresentado demonstra uma boa compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a comunicação publicitária. A identificação do problema específico de comunicação do Poder Executivo Municipal é boa. A leitura do papel do Executivo no contexto social, político e econômico também foi considerada ótima. A percepção da natureza, extensão e qualidade das relações do Executivo com seus públicos é ótima.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A proponente demonstrou um bom nível de compreensão sobre as particularidades socioeconômicas de Juiz de Fora e das dinâmicas publicitárias locais. O plano logrou êxito em contextualizar o papel do Poder Executivo na esfera social e política, atendendo ao quesito de universalidade. No entanto, a identificação do problema de comunicação específico foi avaliada como regular, indicando que, embora a agência entenda o cenário macro, a precisão diagnóstica sobre as dores imediatas da administração municipal poderia ter sido mais aprofundada. A análise das relações entre o Executivo e seus públicos foi considerada satisfatória.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A proponente demonstra bom conhecimento das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a comunicação publicitária. A identificação do problema específico de comunicação do Poder Executivo Municipal é boa, e a leitura do papel do Executivo no contexto social, político e econômico é ótima. A percepção da natureza, extensão e qualidade das relações do Executivo com seus públicos é ótima, contemplando extensamente a diversidade em questão.

QUESITO: ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Nota atribuída: 8.86 / 10 pontos

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Siva

A proposta apresenta boa adequação do conceito à natureza e qualificação do Executivo e ao seu problema específico de comunicação. A argumentação que sustenta a proposta é ótima, e os desdobramentos positivos do conceito para a comunicação pública foram considerados bons.



AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A proposta apresentou uma adequação de conceito à natureza do Poder Executivo e na consistência da argumentação. A estratégia revelou-se lógica e bem estruturada, com o conceito central sendo desdobrado de forma eficaz para os diversos públicos da cidade. Apesar da ótima base estratégica, a amplitude das frentes de comunicação poderia ser ainda mais diversificada.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A proposta apresenta boa adequação do conceito à natureza e qualificação do Executivo e ao seu problema específico de comunicação. A argumentação que sustenta a proposta também é boa e os desdobramentos positivos do conceito para a comunicação pública foram considerados ótimos.

QUESITO: IDEIA CRIATIVA

Nota atribuída: 43/ 45 pontos

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Siva

A proposta é regular em relação à adequação ao problema de comunicação (às margens do Rio Paraibuna). A originalidade da combinação dos elementos é ótima, e a simplicidade da forma sob a qual se apresenta também. A multiplicidade de interpretações favoráveis que a proposta comporta é excelente, assim como a cobertura dos segmentos de público pretendidos. A pertinência às atividades do Executivo e sua inserção na sociedade foi considerada com a pontuação máxima, assim como os desdobramentos comunicativos demonstrados nas peças. A linguagem das peças em relação aos meios propostos está ótima, e a exequibilidade das peças foi julgada ótima.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A proposta criativa apresentou alta originalidade, o conceito visual e a linguagem foram didáticos e de fácil absorção, obtendo nota máxima em quase todos os subcritérios. A campanha focada na reformulação das margens do Rio Paraibuna mostrou-se criativa e acessível. A pontuação só não foi plena devido à adequação ao problema específico, onde a solução criativa poderia estar mais estreitamente vinculada aos desafios operacionais da comunicação do Poder Executivo para este tema específico.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A proposta é regular em relação à adequação específico de comunicação. A originalidade da combinação dos elementos é ótima. A simplicidade da forma sob a qual se apresenta é ótima. A multiplicidade de interpretações favoráveis que a proposta comporta é ótima, com cobertura ótima dos segmentos de público pretendidos. A pertinência às atividades do Executivo e sua inserção na sociedade foi considerada ótima. Os desdobramentos comunicativos demonstrados nas peças são ótimos. A linguagem das peças em relação aos meios propostos é ótima.

QUESITO: ESTRATÉGIA DE MÍDIA

Nota atribuída: 5,4 / 15 pontos

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Silva

A proposta não demonstrou conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos públicos prioritários e optou por investir em uma TV sem produção de conteúdo em Juiz de Fora. A capacidade analítica sobre esses hábitos é também regular, assim como a consistência do plano simulado de distribuição das peças. A economicidade na aplicação da verba de mídia também não foi atendida já que há investimentos em veículos com pouca visibilidade (Diário Regional e Folha JF) e as soluções de mídia e não mídia apresentadas foram regulares em termos de criatividade e inovação.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A proposta não contemplou os itens de conhecimento dos hábitos de leitura/audição e economicidade. A justificativa reside na falha técnica de planejamento ao priorizar veículos de menor penetração e relevância no mercado local, como o Diário Regional, em detrimento do principal jornal de circulação diária da cidade (Tribuna de Minas). Tal escolha compromete a eficiência do gasto público e demonstra desconhecimento da jornada real de consumo de mídia do cidadão juiz-forano. A capacidade analítica e a inovação em soluções de mídia também foram julgadas como regulares

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A proposta demonstra não demonstrou conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos públicos prioritários. Também por isso, a capacidade analítica sobre esses hábitos é regular, e a consistência do plano simulado de distribuição das peças é regular. A economicidade na aplicação da verba de mídia não atendeu aos conceitos do edital. As soluções de mídia e não mídia apresentadas foram também regulares em termos de criatividade e inovação.

Nota Final: 5.4/ 15 pontos

NOTA FINAL TOTAL (MÉDIA) - 65.59



RELATÓRIO INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

Plano de Comunicação Publicitária – Anexo IV

Proponente: Empresa 2

Data: 14-01-26

QUESITO: RACIOCÍNIO LÓGICO

Nota média - 9,46

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Silva

O Plano de Comunicação apresentado demonstra uma ótima compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a comunicação publicitária. A identificação do problema específico de comunicação do Poder Executivo Municipal é ótima, e a leitura do papel do Executivo no contexto social, político e econômico também. A percepção da natureza, extensão e qualidade das relações do Executivo com seus públicos é boa, mas faltaram ações específicas para a Zona Norte da cidade, a mais afetada pelas mudanças nas margens do Rio Paraibuna.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A proposta demonstrou compreensão plena das características locais de Juiz de Fora e das atividades publicitárias pertinentes. A identificação do problema de comunicação do Poder Executivo foi precisa e alinhada à realidade institucional da Prefeitura. A leitura do papel do Executivo nos contextos social, político e econômico apresentou-se aprofundada, enquanto a percepção das relações com os públicos-alvo demonstrou esforço de pesquisa e análise satisfatória.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

O Plano de Comunicação apresentado demonstra uma compreensão ótima das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a comunicação publicitária. A identificação do problema específico de comunicação do Poder Executivo Municipal é excelente. A leitura do papel do Executivo no contexto social, político e econômico é ótima. A percepção da natureza, extensão e qualidade das relações do Executivo com seus públicos é boa, devido a limitação das territorialidades.

QUESITO: ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

NOTA MÉDIA - 9,4

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Silva

A proposta apresenta ótima adequação do conceito à natureza e qualificação do Executivo e ao seu problema específico de comunicação. A argumentação que sustenta a proposta é ótima, e os desdobramentos positivos do conceito para a comunicação pública foram considerados bons. Mais uma vez aqui, sentimos falta de ações voltadas para a Zona Norte de Juiz de Fora e para as classes C e D, mais afetadas pelas obras nas margens do Rio Paraibuna.



AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A estratégia apresentou excelente adequação do conceito à natureza do Poder Executivo e ao problema de comunicação apresentado. A argumentação lógica e a estrutura de defesa da proposta foram bem fundamentadas. Os desdobramentos positivos para a comunicação pública foram considerados bons, demonstrando coerência na aplicação do conceito aos diferentes segmentos da população, mas podendo ser mais amplos para os públicos diretamente atingidos pelas obras.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A proposta apresenta adequação ótima do conceito à natureza e qualificação do Executivo e ao seu problema específico de comunicação. A argumentação que sustenta a proposta é ótima, e os desdobramentos positivos do conceito para a comunicação pública foram considerados bons, pois não contemplam a amplitude das territorialidades.

QUESITO: IDEIA CRIATIVA

NOTA MÉDIA - 38.33

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Silva

A proposta é ótima em relação à adequação ao problema de comunicação (a reformulação das margens do Rio Paraíba). A originalidade da combinação dos elementos é ótima, e a simplicidade da forma sob a qual se apresenta é ótima. A multiplicidade de interpretações favoráveis que a proposta comporta é ótima, com boa cobertura dos segmentos de público pretendidos. A pertinência às atividades do Executivo e sua inserção na sociedade foi considerada ótima. Os desdobramentos comunicativos demonstrados nas peças são ótimos. A linguagem das peças em relação aos meios propostos está excelente, e a exequibilidade das peças foi julgada satisfatória.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A proposta demonstrou adequação ao problema de comunicação. Os desdobramentos comunicativos, a pertinência às atividades do Executivo e a compatibilização da linguagem aos meios propostos destacaram-se pela eficácia, clareza e engajamento. No entanto, observou-se uma limitação na multiplicidade de interpretações e na cobertura de segmentos de público, indicando uma abordagem muito específica. A originalidade e a simplicidade da forma foram consideradas adequadas às soluções apresentadas, mantendo a exequibilidade técnica das peças.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A proposta é ótima em relação à adequação ao problema de comunicação. A originalidade da combinação dos elementos é regular, mas a simplicidade da forma sob a qual se apresenta é ótima. A multiplicidade de interpretações favoráveis que a proposta comporta é boa, assim como a cobertura dos segmentos de público pretendidos, já que alguns segmentos de público não foram contemplados. A pertinência às atividades do Executivo e sua inserção na sociedade foi considerada ótima. Os desdobramentos comunicativos demonstrados nas peças são ótimos. A linguagem das peças em relação aos meios propostos é ótima, e a exequibilidade das peças foi julgada como regular.



QUESITO: ESTRATÉGIA DE MÍDIA

NOTA MÉDIA - 14,2

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Silva

A proposta demonstra um amplo conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos públicos prioritários. A capacidade analítica sobre esses hábitos é boa, já que em alguns casos, como a da estratégia com influenciadores, poderia ser melhor executada, ou seja, apesar do conhecimento dessa rede local, ela não é aplicável na prática para um órgão público. A consistência do plano simulado de distribuição das peças é ótima. A economicidade na aplicação da verba de mídia foi avaliada como ótima, assim como as soluções de mídia e não mídia apresentadas.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A estratégia de mídia evidenciou conhecimento aprofundado do mercado de Juiz de Fora e dos hábitos de consumo dos públicos prioritários. O plano simulado de distribuição apresentou consistência e coerência com a estratégia geral. A proposta atendeu aos princípios de economicidade na aplicação da verba e apresentou soluções de mídia e não mídia com bons níveis de criatividade e inovação, demonstrando capacidade analítica profícua.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A proposta demonstra um ótimo conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos públicos prioritários. A capacidade analítica sobre esses hábitos é boa, e a consistência do plano simulado de distribuição das peças é ótima. A economicidade na aplicação da verba de mídia foi avaliada como ótima, e as soluções de mídia e não mídia apresentadas foram ótimas em termos de criatividade e inovação.

Nota Final: 71,39/ 80 pontos



RELATÓRIO INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

Plano de Comunicação Publicitária – Anexo IV

Proponente: Empresa 3 - A energia do Progresso Corre por JF

Data: 14/01/2026

QUESITO: RACIOCÍNIO LÓGICO

NOTA MÉDIA - 9.33

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Silva


O Plano de Comunicação apresentado demonstra uma compreensão ótima das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a comunicação publicitária. A identificação do problema específico de comunicação do Poder Executivo Municipal é excelente. A percepção da natureza, extensão e qualidade das relações do Executivo com seus públicos é boa, mas faltaram ações direcionadas ao público mais impactado pelas intervenções nas margens do Rio: a Zona Norte de Juiz de Fora.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

O Plano de Comunicação apresentou uma compreensão limitada das características socioculturais de Juiz de Fora e das atividades publicitárias pertinentes à região. A identificação do problema de comunicação do Poder Executivo revelou-se distante da realidade institucional local, resultando em uma leitura apenas regular do papel do Executivo nos contextos social, político e econômico. A percepção das relações com os públicos-alvo foi considerada restrita, falhando em contemplar a segmentação específica necessária para o município.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

O Plano de Comunicação apresentado demonstra uma compreensão ótima das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a comunicação publicitária. A identificação do problema específico de comunicação do Poder Executivo Municipal é ótima, assim como a compreensão do papel do Executivo no contexto social, político e econômico. A percepção da natureza, extensão e qualidade das relações do Executivo com seus públicos é regular, transparecendo impessoalidade na relação com a população.



QUESITO: ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

MÉDIA - 8,8/10

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Silva

A proposta apresenta ótima adequação do conceito à natureza e qualificação do Executivo e ao seu problema específico de comunicação: a requalificação do Rio Paraibuna. A argumentação que sustenta a proposta é ótima, e os desdobramentos positivos do conceito para a comunicação pública foram considerados regulares já que houve a sinalização da execução de uma pesquisa de opinião, mas não houve nenhuma proposta georreferenciada.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A estratégia demonstrou uma adequação simplória do conceito à natureza do Poder Executivo e ao problema de comunicação proposto. A argumentação que sustenta a defesa da proposta apresentou-se superficial, carecendo de profundidade técnica. Além disso, os desdobramentos positivos para a comunicação pública foram avaliados como limitados, não demonstrando potencial para uma cobertura ampla e eficiente dos interesses da municipalidade.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A proposta apresenta adequação ótima do conceito à natureza e qualificação do Executivo e ao seu problema específico de comunicação. A argumentação que sustenta a proposta é ótima, e os desdobramentos positivos do conceito para a comunicação pública foram considerados regulares.

QUESITO: IDEIA CRIATIVA

NOTA MÉDIA - 38.66

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Silva

A proposta é excelente em relação à adequação ao problema de comunicação. A originalidade da combinação dos elementos é boa, e a simplicidade da forma sob a qual se apresenta também. A multiplicidade de interpretações favoráveis que a proposta comporta é boa da mesma forma com a amplitude de cobertura dos segmentos de público pretendidos. A pertinência às atividades do Executivo e sua inserção na sociedade foi considerada ótima. Os desdobramentos comunicativos demonstrados nas peças são excelentes, com destaque para a intervenção na ponte que conecta o bairro Santa Terezinha ao Mariano Procópio. A linguagem das peças em relação aos meios propostos é ótima, e a exequibilidade das peças foi julgada adequada.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A proposta criativa foi classificada como superficial, refletindo uma compreensão insuficiente do problema de comunicação. A combinação de elementos apresentou um caráter conservador, e a simplicidade da forma resultou em uma abordagem simplória, o que limitou a multiplicidade de interpretações favoráveis e a cobertura dos segmentos de público. A pertinência das peças às atividades do Executivo foi considerada vaga, com desdobramentos comunicativos restritos. Embora a exequibilidade tenha sido julgada plausível, a linguagem adotada manteve-se conservadora em relação aos meios propostos.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini



A proposta é ótima em relação à adequação ao problema de comunicação. A originalidade da combinação dos elementos e a simplicidade da forma sob a qual são boas. A multiplicidade de interpretações favoráveis que a proposta comporta é regular, abrindo espaço para interpretações negativas, com cobertura boa dos segmentos de público pretendidos. A pertinência às atividades do Executivo e sua inserção na sociedade foi considerada ótima. Os desdobramentos comunicativos demonstrados nas peças são excelentes. A linguagem das peças em relação aos meios propostos atende ao edital de forma excelente e a exequibilidade das peças foi julgada boa.

QUESITO: ESTRATÉGIA DE MÍDIA

NOTA MÉDIA: 12, 2

AVALIADOR(A): PEDRO BRASIL SILVA

A proposta demonstra um conhecimento ótimo dos hábitos de leitura e audição dos públicos prioritários. A consistência do plano simulado de distribuição das peças, assim como a economicidade na aplicação da verba de mídia foi avaliada como regular já que houve uma distribuição quase isonômica no correr do ano, sem pensar em variações em momentos estratégicos, como, por exemplo, o período das chuvas ou próximo ao término de parte das etapas da obra. As soluções de mídia e não mídia apresentadas foram boas em termos de criatividade e inovação, com destaque para a proposta de intervenção na ponte sobre o Rio Paraibuna.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A proposta evidenciou conhecimento superficial acerca dos hábitos de consumo de mídia dos públicos prioritários. A capacidade analítica demonstrou um viés generalista, o que comprometeu a consistência do plano simulado de distribuição das peças. No que tange à economicidade, a aplicação da verba foi avaliada como apenas factível, enquanto as soluções de mídia e não mídia apresentadas foram consideradas precárias sob os critérios de criatividade e inovação.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A proposta demonstra um conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos públicos prioritários atendeu à proposta do edital de forma excelente, assim como a capacidade analítica sobre esses hábitos. A consistência do plano simulado de distribuição das peças é regular. A economicidade na aplicação da verba de mídia foi avaliada como boa. As soluções de mídia e não mídia apresentadas foram boas em termos de criatividade e inovação.

Nota Final: 68,99/ 80 pontos

RELATÓRIO INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO



QUESITO: RACIOCÍNIO LÓGICO

Nota Média: 10

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Silva

O Plano de Comunicação apresentado demonstra uma compreensão destacada das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a comunicação publicitária. A identificação do problema específico de comunicação do Poder Executivo Municipal é ótima e a leitura do papel do Executivo no contexto social, político e econômico também. A percepção da natureza, extensão e qualidade das relações do Executivo com seus públicos é muito boa, destacando a série de ações voltadas para as regiões mais afetadas pelas obras.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

O Plano de Comunicação demonstrou compreensão plena e detalhada das características de Juiz de Fora e das atividades publicitárias pertinentes ao mercado local. A identificação do problema de comunicação do Poder Executivo foi considerada exata, apresentando uma leitura aprofundada do papel institucional da Prefeitura nos contextos social, político e econômico. A percepção sobre a natureza e a qualidade das relações entre o Executivo e seus diversos públicos foi avaliada como excelente, demonstrando domínio sobre a segmentação do município.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

O Plano de Comunicação apresentado demonstra uma compreensão ótima das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a comunicação publicitária. A identificação do problema específico de comunicação do Poder Executivo Municipal é ótima e a leitura do papel do Executivo no contexto social, político e econômico também. A percepção da natureza, extensão e qualidade das relações do Executivo com seus públicos é excelente.

QUESITO: ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

NOTA MÉDIA - 10

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Silva



A proposta apresenta adequação satisfatória do conceito à natureza e qualificação do Executivo e ao seu problema específico de comunicação. A argumentação que sustenta a proposta é muito boa, explicando os conceitos aplicados nas peças publicitárias apresentadas. Os desdobramentos positivos do conceito para a comunicação pública foram considerados ótimos, sem possíveis ameaças ou possibilidades de interpretações negativas das ações.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A proposta apresentou total adequação do conceito à natureza do Poder Executivo e ao problema de comunicação específico. A argumentação técnica que sustenta a estratégia foi estruturada de forma lógica e consistente, garantindo clareza na defesa da proposta. Os desdobramentos positivos para a comunicação pública foram avaliados como amplos e eficazes, contemplando a diversidade da população e a complexidade da comunicação institucional.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A proposta apresenta ótima adequação do conceito à natureza e qualificação do Executivo e ao seu problema específico de comunicação. A argumentação que sustenta a proposta é ótima, e os desdobramentos positivos do conceito para a comunicação pública foram considerados excelentes.

QUESITO: IDEIA CRIATIVA

Média 41,3 pontos

AVALIADOR: Pedro Brasil Silva

A proposta é ótima em relação à adequação ao problema de comunicação. A originalidade da combinação dos elementos é boa, assim como a simplicidade da forma sob a qual se apresenta. A multiplicidade de interpretações favoráveis que a proposta comporta é ótima, com excelente cobertura dos segmentos de público pretendidos. A pertinência às atividades do Executivo e sua inserção na sociedade foi considerada com nota máxima, com destaque para as ações *in loco* propostas junto às regiões mais afetadas pela obra. Os desdobramentos comunicativos demonstrados nas peças são bons. A linguagem das peças em relação aos meios propostos é ótima, e a exequibilidade das peças foi julgada com critério máximo.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A proposta demonstrou amplo conhecimento do problema de comunicação e da cidade, apresentando soluções criativas com alto grau de originalidade e inovação. A multiplicidade de interpretações favoráveis e a cobertura dos segmentos de público pretendidos foram consideradas completas. A linguagem utilizada nas peças mostrou-se engajadora e perfeitamente compatibilizada aos meios propostos, com exequibilidade técnica garantida. Observou-se um caráter mais elaborado na forma de apresentação e uma leve necessidade de maior detalhamento nos exemplos de desdobramentos de peças, o que motivou um pequeno ajuste na pontuação máxima.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A proposta é ótima em relação à adequação ao problema de comunicação. A originalidade da combinação dos elementos é regular, e a simplicidade da forma sob a qual se apresenta é regular. A multiplicidade de interpretações favoráveis que a proposta comporta é ótima, sem abrir abrindo espaço para interpretações negativas, com ampla cobertura dos segmentos de público pretendidos. A

pertinência às atividades do Executivo e sua inserção na sociedade foi considerada ótima. Os desdobramentos comunicativos demonstrados nas peças são bons. A linguagem das peças em relação aos meios propostos é ótima, assim como a exequibilidade das mesmas.

QUESITO: ESTRATÉGIA DE MÍDIA

NOTA MÉDIA - 11,6

AVALIADOR: Pedro Brasil Silva

A proposta demonstra um bom conhecimento dos hábitos de leitura, audição e capacidade analítica dos hábitos dos públicos prioritários, com destaque para a reserva do orçamento da campanha publicitária para pesquisas visando aprofundar ou mudar os rumos da campanha de acordo com dados a serem apresentados. A consistência do plano simulado de distribuição das peças é regular. A economicidade na aplicação da verba de mídia foi avaliada como boa, e as soluções de mídia e não mídia apresentadas foram ótimas em termos de criatividade e inovação, em especial para as regiões mais afetadas pelas obras.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A estratégia evidenciou pleno conhecimento dos hábitos de consumo de mídia dos públicos prioritários de Juiz de Fora. A capacidade analítica sobre esses hábitos foi considerada sólida, resultando em um plano de distribuição consistente e tecnicamente fundamentado. A proposta atende aos critérios de economicidade na aplicação da verba pública e apresenta soluções inovadoras de mídia e não mídia, embora o plano simulado de distribuição e os índices de economicidade tenham apresentado margem para maior detalhamento analítico.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A proposta demonstra bom conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos públicos prioritários. A capacidade analítica sobre esses hábitos é regular, e a consistência do plano simulado de distribuição das peças é regular. A economicidade na aplicação da verba de mídia foi avaliada como regular, e as soluções de mídia e não mídia apresentadas foram ótimas em termos de criatividade e inovação.

Nota Final: 72,9 / 80 pontos

RELATÓRIO INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO



Plano de Comunicação Publicitária – Anexo IV

Proponente: Empresa 5 - Juiz de Fora se transforma

Data: 14/01/2026

QUESITO: RACIOCÍNIO LÓGICO

Nota média: 6 pontos

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Silva

O Plano de Comunicação apresentado demonstra uma compreensão mediana das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a comunicação publicitária. A identificação do problema específico de comunicação do Poder Executivo Municipal é regular, assim como a leitura do papel do Executivo no contexto social, político e econômica. A percepção da natureza, extensão e qualidade das relações do Executivo com seus públicos é protocolar, sem aprofundamento da realidade municipal.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

O Plano de Comunicação apresentado revelou uma compreensão limitada das características socioeconômicas da cidade e das atividades publicitárias pertinentes. A identificação do problema de comunicação institucional mostrou-se distante da realidade do Poder Executivo Municipal, resultando em uma análise apenas regular do papel da administração nos contextos social, político e econômico. Além disso, a percepção das relações com os públicos-alvo foi considerada restrita, não contemplando a segmentação específica da população local.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

O Plano de Comunicação apresentado demonstra uma compreensão regular das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a comunicação publicitária. A identificação do problema específico de comunicação do Poder Executivo Municipal é regular, uma vez que faltou uma visão mais global, especificamente da gestão. A percepção da natureza, extensão e qualidade das relações do Executivo com seus públicos é regular, transparecendo impessoalidade na relação com a população.



QUESITO: ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

NOTA MÉDIA: 3,6 PONTOS

AVALIADOR: Pedro Brasil Silva

A proposta apresenta adequação insatisfatória do conceito à natureza e qualificação do Executivo e ao seu problema específico de comunicação: em momento nenhum as peças se referem ao Rio Paraibuna. A argumentação que sustenta a proposta é regular, assim como os desdobramentos positivos do conceito para a comunicação pública.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A proposta demonstrou uma adequação simplória do conceito à natureza do Poder Executivo e ao problema de comunicação diagnosticado. A fundamentação que sustenta a estratégia foi avaliada como superficial, carecendo de profundidade argumentativa. Os desdobramentos do conceito para a comunicação pública foram considerados limitados, não apresentando a abrangência necessária para o atendimento das demandas do município.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A proposta apresentada não atendeu aos itens do edital no que se refere à natureza e qualificação do Executivo e ao seu problema específico de comunicação. A argumentação que sustenta a proposta é regular e os desdobramentos positivos do conceito para a comunicação pública foram considerados regulares.

QUESITO: IDEIA CRIATIVA

Nota média: 24,33

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Silva

A proposta é inadequada ao problema específico de problema de comunicação já que não há referência ao Rio Paraibuna, mas sim às obras em andamento em toda a cidade. A originalidade da combinação dos elementos é regular, e a simplicidade da forma sob a qual se apresenta é boa. A multiplicidade de interpretações favoráveis que a proposta comporta é ótima, mas com regular cobertura dos segmentos de público pretendidos. A pertinência às atividades do Executivo e sua inserção na sociedade foi considerada regular. Os desdobramentos comunicativos demonstrados nas peças também são regulares. A linguagem das peças em relação aos meios propostos é regular, e a exequibilidade das peças foi julgada adequada. Em síntese, a proposta não foi criativa, foi protocolar.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A abordagem criativa foi considerada superficial, refletindo uma compreensão insuficiente do problema de comunicação proposto. A combinação de elementos apresentou um caráter conservador e a simplicidade da forma resultou em uma solução simplória, o que limitou a multiplicidade de interpretações e a cobertura dos segmentos de público. A pertinência das atividades em relação à inserção na sociedade foi julgada vaga, com desdobramentos nas peças considerados restritos. Embora a exequibilidade técnica seja plausível, a linguagem adotada manteve-se conservadora frente aos meios propostos.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A proposta não atendeu aos itens do edital em relação à adequação ao problema de comunicação. A originalidade da combinação dos elementos é regular, e a simplicidade da forma sob a qual se apresenta é regular. A multiplicidade de interpretações favoráveis que a proposta comporta não atendeu às exigências do edital. A pertinência às atividades do Executivo e sua inserção na sociedade também não atendeu às exigências do edital. Os desdobramentos comunicativos demonstrados nas peças são regulares. A linguagem das peças em relação é regular e a exequibilidade das peças foi julgada como ótima.

QUESITO: ESTRATÉGIA DE MÍDIA

Nota média: 7,2

AVALIADOR: Pedro Brasil Silva

A proposta demonstra um conhecimento protocolar dos hábitos de leitura e audição dos públicos prioritários. A capacidade analítica sobre esses hábitos não foi satisfatória já que incluiu, por exemplo, um canal inexistente próprio que pertenceria à Prefeitura de Juiz de Fora (TVE Juiz de Fora), o que não condiz com a realidade. A consistência do plano simulado de distribuição das peças é regular, assim como a economicidade na aplicação da verba de mídia e as soluções de mídia e não mídia apresentadas.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A estratégia evidenciou um conhecimento superficial acerca dos hábitos de consumo de mídia e audição dos públicos prioritários de Juiz de Fora. A capacidade analítica demonstrou um viés generalista, o que comprometeu a consistência e a coerência do plano simulado de distribuição das peças. No que tange à economicidade, a aplicação da verba foi avaliada como meramente factível, enquanto as soluções de mídia e não mídia foram consideradas precárias sob o ponto de vista da criatividade e inovação.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A proposta demonstra um conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos públicos prioritários regulares. A capacidade analítica sobre esses hábitos é regular, mas a consistência do plano simulado de distribuição das peças não atendeu aos itens do edital. A economicidade na aplicação da verba de mídia foi avaliada como regular, e as soluções de mídia e não mídia apresentadas foram regulares em termos de criatividade e inovação.

Nota Final: 41,13 / 80 pontos



FICHA DE AVALIAÇÃO INDIVIDUAL

Avaliado por: MARCELO SOUZA COELHO

Data: 14/01/26

Proponente: EMPRESA OL

1. RACIOCÍNIO LÓGICO – 10 pontos

Subcritério		Pontuação Máxima	
Compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a publicidade	3	2,4	
Compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo	3	1,8	7,8
Compreensão do papel do Poder Executivo no contexto social, político e econômico	2	2	
Compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações com seus públicos	2	1,6	

2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 10 pontos

Subcritério		Pontuação Máxima	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Poder Executivo e ao problema específico de comunicação	4	4	
Consistência lógica e pertinência da argumentação na defesa da proposta	3	3	9,4
Riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação com os públicos	3	2,4	

8

20

3. IDEIA CRIATIVA – 45 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	
Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo	5	3
Originalidade da combinação dos elementos	5	5
Simplicidade da forma	5	5
Multiplicidade de interpretações favoráveis	5	5
Cobertura dos segmentos de público pretendido	5	5
Pertinência às atividades e inserção do Executivo na sociedade	5	5
Desdobramentos comunicativos (exemplos de peças)	5	5
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	5	5
Exequibilidade das peças	5	5

43

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA – 15 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	
Conhecimento dos hábitos de leitura/audição dos públicos prioritários	3	0
Capacidade analítica sobre os hábitos	3	1,8
Consistência do plano simulado de distribuição das peças	3	1,8
Economicidade da aplicação da verba de mídia	3	1,8 0
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia	3	1,8

5,4

TOTAL MÁXIMO: 80 pontos

NOTA FINAL: 65,6

[Handwritten signatures]

FICHA DE AVALIAÇÃO INDIVIDUAL

Avaliado por: Mariana Zibordi Rilegini

Data: 14/01/26

Proponente: Empresa 01

1. RACIOCÍNIO LÓGICO – 10 pontos

8,8

Subcritério		Pontuação Máxima
Compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a publicidade	3	2.4
Compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo	3	2.4
Compreensão do papel do Poder Executivo no contexto social, político e econômico	2	2
Compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações com seus públicos	2	2

2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 10 pontos

8,6

Subcritério		Pontuação Máxima
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Poder Executivo e ao problema específico de comunicação	4	3.2
Consistência lógica e pertinência da argumentação na defesa da proposta	3	2.4
Riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação com os públicos	3	3







43
3. IDEIA CRIATIVA – 45 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima
Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo	5 3
Originalidade da combinação dos elementos	5 5
Simplicidade da forma	5 5
Multiplicidade de interpretações favoráveis	5 5
Cobertura dos segmentos de público pretendido	5 5
Pertinência às atividades e inserção do Executivo na sociedade	5 5
Desdobramentos comunicativos (exemplos de peças)	5 5
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	5 5
Exequibilidade das peças	5 5

5,4
4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA – 15 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima
Conhecimento dos hábitos de leitura/audição dos públicos prioritários	3 0
Capacidade analítica sobre os hábitos	3 1,8
Consistência do plano simulado de distribuição das peças	3 1,8
Economicidade da aplicação da verba de mídia	3 0
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia	3 1,8

TOTAL MÁXIMO: 80 pontos

NOTA FINAL: 65,8

8



FICHA DE AVALIAÇÃO INDIVIDUAL

Avaliado por: Pedro Brasil Ch

Data: 14/01/24

Proponente: Empresa A

1. RACIOCÍNIO LÓGICO – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	8,4
Compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a publicidade	3	2,4 Bom
Compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo	3	2,4 Bom
Compreensão do papel do Poder Executivo no contexto social, político e econômico	2	2 Ótimo
Compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações com seus públicos	2	2 Ótimo

2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	8,6
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Poder Executivo e ao problema específico de comunicação	4	3,2 Bom
Consistência lógica e pertinência da argumentação na defesa da proposta	3	3 Ótimo
Riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação com os públicos	3	2,4 Bom

[Handwritten signatures]

3. IDEIA CRIATIVA – 45 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	43
Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo	5	Regular 3
Originalidade da combinação dos elementos	5	Ótimo 5
Simplicidade da forma	5	Ótimo 5
Multiplicidade de interpretações favoráveis	5	S Ótimo
Cobertura dos segmentos de público pretendido	5	S Ótimo
Pertinência às atividades e inserção do Executivo na sociedade	5	S Ótimo
Desdobramentos comunicativos (exemplos de peças)	5	S Ótimo
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	5	S Ótimo
Exequibilidade das peças	5	S Ótimo

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA – 15 pontos 5.4

Subcritério	Pontuação Máxima	
Conhecimento dos hábitos de leitura/audição dos públicos prioritários	3	O Não Atende
Capacidade analítica sobre os hábitos	3	1,8 Regular
Consistência do plano simulado de distribuição das peças	3	1,8 Regular
Economicidade da aplicação da verba de mídia	3	1,8 Regular O Não Atende
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia	3	1,8 Regular

TOTAL MÁXIMO: 80 pontos

NOTA FINAL: 65,4 / 80

MS *AD*

8

FICHA DE AVALIAÇÃO FINAL POR MÉDIA

Avaliado por: Subcomissão Técnica (Média das avaliações individuais)

Data: 14/01/26

Proponente: Empresa 1

1. RACIOCÍNIO LÓGICO – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	Nota Média
Compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a publicidade	3	8,33
Compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo	3	
Compreensão do papel do Poder Executivo no contexto social, político e econômico	2	
Compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações com seus públicos	2	
Total (1):	10	



2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	Nota Média
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Executivo e ao problema de comunicação	4	8,86
Consistência lógica e pertinência da argumentação na defesa da proposta	3	
Riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação com os públicos	3	
Total (2):	10	

3. IDEIA CRIATIVA – 45 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	Nota Média
Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo	5	9,3
Originalidade da combinação dos elementos	5	
Simplicidade da forma	5	
Multiplicidade de interpretações favoráveis	5	

8

Cobertura dos segmentos de público pretendido	5
Pertinência às atividades e inserção do Executivo na sociedade	5
Desdobramentos comunicativos (exemplos de peças)	5
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	5
Exequibilidade das peças	5
Total (3):	45

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA – 15 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	Nota Média
Conhecimento dos hábitos de leitura/audição dos públicos prioritários	3	5,4
Capacidade analítica sobre os hábitos	3	
Consistência do plano simulado de distribuição das peças	3	
Economicidade da aplicação da verba de mídia	3	



Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não 3
mídia

Total (4):

15

✓ NOTA FINAL: 65,46 / 80 pontos (Média)

FICHA DE AVALIAÇÃO INDIVIDUAL

Avaliado por: MARCELO SOUZA COELHO

Data: 14/01/26

Proponente: EMPRESA 02

1. RACIOCÍNIO LÓGICO – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima
Compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a publicidade	3 3
Compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo	3 3
Compreensão do papel do Poder Executivo no contexto social, político e econômico	2 1,6
Compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações com seus públicos	2 1,6

9,2

2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Poder Executivo e ao problema específico de comunicação	4 4
Consistência lógica e pertinência da argumentação na defesa da proposta	3 3
Riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação com os públicos	3 2,4

9,4

MT

8

[Handwritten signature]

3. IDEIA CRIATIVA – 45 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	
Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo	5	5
Originalidade da combinação dos elementos	5	3
Simplicidade da forma	5	3
Multiplicidade de interpretações favoráveis	5	4
Cobertura dos segmentos de público pretendido	5	4
Pertinência às atividades e inserção do Executivo na sociedade	5	5
Desdobramentos comunicativos (exemplos de peças)	5	5
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	5	5
Exequibilidade das peças	5	3

37

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA – 15 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	
Conhecimento dos hábitos de leitura/audição dos públicos prioritários	3	2,4
Capacidade analítica sobre os hábitos	3	2,4
Consistência do plano simulado de distribuição das peças	3	3
Economicidade da aplicação da verba de mídia	3	3
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia	3	3

13,8

TOTAL MÁXIMO: 80 pontos

NOTA FINAL: 69,4



FICHA DE AVALIAÇÃO INDIVIDUAL

Avaliado por: Mariana Zibadi Pilegini

Data: 14/01/26

Proponente: Empresa 02

1. RACIOCÍNIO LÓGICO – 10 pontos

9,6

Subcritério	Pontuação Máxima
Compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a publicidade	3 3
Compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo	3 3
Compreensão do papel do Poder Executivo no contexto social, político e econômico	2 2
Compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações com seus públicos	2 1,6

2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 10 pontos

9,4

Subcritério	Pontuação Máxima
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Poder Executivo e ao problema específico de comunicação	4 4
Consistência lógica e pertinência da argumentação na defesa da proposta	3 3
Riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação com os públicos	3 2,4

MD E
B

3. IDEIA CRIATIVA – 45 pontos

38

Subcritério		Pontuação Máxima
Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo	5	5
Originalidade da combinação dos elementos	5	3
Simplicidade da forma	5	4
Multiplicidade de interpretações favoráveis	5	4
Cobertura dos segmentos de público pretendido	5	4
Pertinência às atividades e inserção do Executivo na sociedade	5	5
Desdobramentos comunicativos (exemplos de peças)	5	5
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	5	5
Exequibilidade das peças	5	3

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA – 15 pontos

14,4

Subcritério		Pontuação Máxima
Conhecimento dos hábitos de leitura/audição dos públicos prioritários	3	3
Capacidade analítica sobre os hábitos	3	2,4
Consistência do plano simulado de distribuição das peças	3	3
Economicidade da aplicação da verba de mídia	3	3
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia	3	3

TOTAL MÁXIMO: 80 pontosNOTA FINAL: 71,4

FICHA DE AVALIAÇÃO INDIVIDUAL

Avaliado por: Pedro Brasil Silva

Data: 14/01/26

Proponente: Empresa 2

1. RACIOCÍNIO LÓGICO – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	9,6
Compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a publicidade	3	3 Ótimo
Compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo	3	3 Ótimo
Compreensão do papel do Poder Executivo no contexto social, político e econômico	2	2 Ótimo 1,6 Bom
Compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações com seus públicos	2	2 Ótimo

2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	9,4
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Poder Executivo e ao problema específico de comunicação	4	4 Ótimo
Consistência lógica e pertinência da argumentação na defesa da proposta	3	3 Ótimo
Riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação com os públicos	3	2,4 Bom

MS  8

3. IDEIA CRIATIVA – 45 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	
Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo	5	5 Ótimo 40
Originalidade da combinação dos elementos	5	4 Bom
Simplicidade da forma	5	4 Bom
Multiplicidade de interpretações favoráveis	5	4 Bom
Cobertura dos segmentos de público pretendido	5	4 Bom
Pertinência às atividades e inserção do Executivo na sociedade	5	5 Ótimo
Desdobramentos comunicativos (exemplos de peças)	5	5 Ótimo
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	5	5 Ótimo
Exequibilidade das peças	5	4 Bom

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA – 15 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	
Conhecimento dos hábitos de leitura/audição dos públicos prioritários	3	3 Ótimo >
Capacidade analítica sobre os hábitos	3	2,4 Bom
Consistência do plano simulado de distribuição das peças	3	3 Ótimo
Economicidade da aplicação da verba de mídia	3	3 Ótimo
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia	3	3 Ótimo

TOTAL MÁXIMO: 80 pontos

NOTA FINAL: 73,4



FICHA DE AVALIAÇÃO FINAL POR MÉDIA

Avaliado por: Subcomissão Técnica (Média das avaliações individuais)

Data: 14/01/2026

Proponente: Empresa 2

1. RACIOCÍNIO LÓGICO – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	Nota Média
Compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a publicidade	3	9,46
Compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo	3	
Compreensão do papel do Poder Executivo no contexto social, político e econômico	2	
Compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações com seus públicos	2	
Total (1):	10	

2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	Nota Média
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Executivo e ao problema de comunicação	4	9,4
Consistência lógica e pertinência da argumentação na defesa da proposta	3	
Riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação com os públicos	3	
Total (2):	10	

3. IDEIA CRIATIVA – 45 pontos

38,33

Subcritério	Pontuação Máxima	Nota Média
Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo	5	38,33
Originalidade da combinação dos elementos	5	
Simplicidade da forma	5	
Multiplicidade de interpretações favoráveis	5	

8

Cobertura dos segmentos de público pretendido	5
Pertinência às atividades e inserção do Executivo na sociedade	5
Desdobramentos comunicativos (exemplos de peças)	5
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	5
Exequibilidade das peças	5
Total (3):	45

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA – 15 pontos

14,2

Subcritério	Pontuação Máxima	Nota Média
Conhecimento dos hábitos de leitura/audição dos públicos prioritários	3	
Capacidade analítica sobre os hábitos	3	
Consistência do plano simulado de distribuição das peças	3	
Economicidade da aplicação da verba de mídia	3	

Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não 3
mídia

Total (4): 15

✓ NOTA FINAL: 21,4 / 80 pontos

FICHA DE AVALIAÇÃO INDIVIDUAL

Avaliado por: Marcelo Souza Coelho

Data: 14/02/26

Proponente: Empresa 3

1. RACIOCÍNIO LÓGICO – 10 pontos

Subcritério		Pontuação Máxima
Compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a publicidade	3	3
Compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo	3	3
Compreensão do papel do Poder Executivo no contexto social, político e econômico	2	2
Compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações com seus públicos	2	1,2

9,2

2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 10 pontos

Subcritério		Pontuação Máxima
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Poder Executivo e ao problema específico de comunicação	4	4
Consistência lógica e pertinência da argumentação na defesa da proposta	3	3
Riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação com os públicos	3	1,8

8,8

MS

10

3. IDEIA CRIATIVA – 45 pontos

Subcritério		Pontuação Máxima
Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo	5	5
Originalidade da combinação dos elementos	5	3
Simplicidade da forma	5	3
Multiplicidade de interpretações favoráveis	5	3
Cobertura dos segmentos de público pretendido	5	4
Pertinência às atividades e inserção do Executivo na sociedade	5	5
Desdobramentos comunicativos (exemplos de peças)	5	5
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	5	5
Exequibilidade das peças	5	4

37

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA – 15 pontos

Subcritério		Pontuação Máxima
Conhecimento dos hábitos de leitura/audição dos públicos prioritários	3	3
Capacidade analítica sobre os hábitos	3	3
Consistência do plano simulado de distribuição das peças	3	1,8
Economicidade da aplicação da verba de mídia	3	1,8
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia	3	2,4

12,0

TOTAL MÁXIMO: 80 pontos

NOTA FINAL: 67

NGS

8

FICHA DE AVALIAÇÃO INDIVIDUAL

Avaliado por: Mariana Zibordi Pilegini

Data: 14/06/2026

Proponente: Empresa 03

1. RACIOCÍNIO LÓGICO – 10 pontos

9,2

Subcritério	Pontuação Máxima
Compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a publicidade	3 3
Compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo	3 3
Compreensão do papel do Poder Executivo no contexto social, político e econômico	2 2
Compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações com seus públicos	2 1,2

2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 10 pontos

8,8

Subcritério	Pontuação Máxima
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Poder Executivo e ao problema específico de comunicação	4 4
Consistência lógica e pertinência da argumentação na defesa da proposta	3 3
Riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação com os públicos	3 1,8



AKS



3. IDEIA CRIATIVA – 45 pontos

39

Subcritério		Pontuação Máxima
Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo	5	5
Originalidade da combinação dos elementos	5	4
Simplicidade da forma	5	4
Multiplicidade de interpretações favoráveis	5	3
Cobertura dos segmentos de público pretendido	5	4
Pertinência às atividades e inserção do Executivo na sociedade	5	5
Desdobramentos comunicativos (exemplos de peças)	5	5
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	5	5
Exequibilidade das peças	5	4

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA – 15 pontos

12,6

Subcritério		Pontuação Máxima
Conhecimento dos hábitos de leitura/audição dos públicos prioritários	3	3
Capacidade analítica sobre os hábitos	3	3
Consistência do plano simulado de distribuição das peças	3	1,8
Economicidade da aplicação da verba de mídia	3	2,4
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia	3	2,4

TOTAL MÁXIMO: 80 pontosNOTA FINAL: 69,612,6
12,6

FICHA DE AVALIAÇÃO INDIVIDUAL

Avaliado por: Pedro Brasil S. Que

Data: 14/01/26

Proponente: Empresa 3

1. RACIOCÍNIO LÓGICO – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	9,6
Compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a publicidade	3	Ótimo 3
Compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo	3	Ótimo 3
Compreensão do papel do Poder Executivo no contexto social, político e econômico	2	Ótimo 2
Compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações com seus públicos	2	Bom 1,6

2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	8,8
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Poder Executivo e ao problema específico de comunicação	4	Ótimo 4
Consistência lógica e pertinência da argumentação na defesa da proposta	3	Ótimo 3
Riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação com os públicos	3	Bom 1,8

[Handwritten signatures and initials]

3. IDEIA CRIATIVA – 45 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	40
Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo	5	ótimo 5
Originalidade da combinação dos elementos	5	Bom 4
Simplicidade da forma	5	ótimo 5
Multiplicidade de interpretações favoráveis	5	4 Bom
Cobertura dos segmentos de público pretendido	5	4 Bom
Pertinência às atividades e inserção do Executivo na sociedade	5	5 ótimo
Desdobramentos comunicativos (exemplos de peças)	5	5 ótimo
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	5	5 ótimo
Exequibilidade das peças	5	4 Bom

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA – 15 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	12
Conhecimento dos hábitos de leitura/audição dos públicos prioritários	3	ótimo 3
Capacidade analítica sobre os hábitos	3	ótimo 3
Consistência do plano simulado de distribuição das peças	3	1,8 B. gila
Economicidade da aplicação da verba de mídia	3	1,8 B. gila
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia	3	2,4 Bom

TOTAL MÁXIMO: 80 pontos

NOTA FINAL: 70,4

ms

8

FICHA DE AVALIAÇÃO FINAL POR MÉDIA

Avaliado por: Subcomissão Técnica (Média das avaliações individuais)

Data: 19/01/20

Proponente: Empresa 3

1. RACIOCÍNIO LÓGICO – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	Nota Média
Compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a publicidade	3	9,33
Compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo	3	
Compreensão do papel do Poder Executivo no contexto social, político e econômico	2	
Compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações com seus públicos	2	
Total (1):	10	

2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	Nota Média
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Executivo e ao problema de comunicação	4	8,8
Consistência lógica e pertinência da argumentação na defesa da proposta	3	
Riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação com os públicos	3	
Total (2):	10	

3. IDEIA CRIATIVA – 45 pontos

38,66

Subcritério	Pontuação Máxima	Nota Média
Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo	5	38,66
Originalidade da combinação dos elementos	5	
Simplicidade da forma	5	
Multiplicidade de interpretações favoráveis	5	

Cobertura dos segmentos de público pretendido	5
Pertinência às atividades e inserção do Executivo na sociedade	5
Desdobramentos comunicativos (exemplos de peças)	5
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	5
Exequibilidade das peças	5
Total (3):	45

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA – 15 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	Nota Média
Conhecimento dos hábitos de leitura/audição dos públicos prioritários	3	12,2
Capacidade analítica sobre os hábitos	3	
Consistência do plano simulado de distribuição das peças	3	
Economicidade da aplicação da verba de mídia	3	

Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não 3
mídia

Total (4): 15

✓ NOTA FINAL: 68,99 / 80 pontos

FICHA DE AVALIAÇÃO INDIVIDUAL

Avaliado por: Marcelo Souza Coelho

Data: 14/01/26

Proponente: Empresa 04

1. RACIOCÍNIO LÓGICO – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	
Compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a publicidade	3	3
Compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo	3	3
Compreensão do papel do Poder Executivo no contexto social, político e econômico	2	2
Compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações com seus públicos	2	2

2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Poder Executivo e ao problema específico de comunicação	4	4
Consistência lógica e pertinência da argumentação na defesa da proposta	3	3
Riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação com os públicos	3	3

3. IDEIA CRIATIVA – 45 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima
Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo	5 5
Originalidade da combinação dos elementos	5 4
Simplicidade da forma	5 4
Multiplicidade de interpretações favoráveis	5 5
Cobertura dos segmentos de público pretendido	5 5
Pertinência às atividades e inserção do Executivo na sociedade	5 5
Desdobramentos comunicativos (exemplos de peças)	5 4
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	5 5
Exequibilidade das peças	5 5

42

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA – 15 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima
Conhecimento dos hábitos de leitura/audição dos públicos prioritários	3 3
Capacidade analítica sobre os hábitos	3 2,4
Consistência do plano simulado de distribuição das peças	3 1,8
Economicidade da aplicação da verba de mídia	3 1,8
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia	3 2,4 3

12

TOTAL MÁXIMO: 80 pontos

NOTA FINAL: 74

ND

Q

FICHA DE AVALIAÇÃO INDIVIDUAL

Avaliado por: Mariana Zibadi Rlegini

Data: 14/01/2026

Proponente: Empresa 04

1. RACIOCÍNIO LÓGICO – 10 pontos

10

Subcritério	Pontuação Máxima
Compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a publicidade	3 3
Compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo	3 3
Compreensão do papel do Poder Executivo no contexto social, político e econômico	2 2
Compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações com seus públicos	2 2

2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 10 pontos

10

Subcritério	Pontuação Máxima
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Poder Executivo e ao problema específico de comunicação	4 4
Consistência lógica e pertinência da argumentação na defesa da proposta	3 3
Riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação com os públicos	3 3

MS

3. IDEIA CRIATIVA – 45 pontos

40

Subcritério		Pontuação Máxima
Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo	5	5
Originalidade da combinação dos elementos	5	3
Simplicidade da forma	5	3
Multiplicidade de interpretações favoráveis	5	5
Cobertura dos segmentos de público pretendido	5	5
Pertinência às atividades e inserção do Executivo na sociedade	5	5
Desdobramentos comunicativos (exemplos de peças)	5	4
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	5	5
Exequibilidade das peças	5	5

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA – 15 pontos

10,8

Subcritério		Pontuação Máxima
Conhecimento dos hábitos de leitura/audição dos públicos prioritários	3	2,4
Capacidade analítica sobre os hábitos	3	1,8
Consistência do plano simulado de distribuição das peças	3	1,8
Economicidade da aplicação da verba de mídia	3	1,8
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia	3	3

TOTAL MÁXIMO: 80 pontosNOTA FINAL: 70,8

NE

D

FICHA DE AVALIAÇÃO INDIVIDUAL

Avaliado por: Pedro Brasil S. da

Data: 14/04/2

Proponente: Empresa 4

1. RACIOCÍNIO LÓGICO – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	
Compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a publicidade	3	3 Ótimo
Compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo	3	3 Ótimo
Compreensão do papel do Poder Executivo no contexto social, político e econômico	2	2 Ótimo
Compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações com seus públicos	2	2 Ótimo

10

2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Poder Executivo e ao problema específico de comunicação	4	4 Ótimo
Consistência lógica e pertinência da argumentação na defesa da proposta	3	3 Ótimo
Riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação com os públicos	3	3 Ótimo

10

no

3. IDEIA CRIATIVA – 45 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	
Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo	5	5 Ótimo (42)
Originalidade da combinação dos elementos	5	4 Bom
Simplicidade da forma	5	4 Bom
Multiplicidade de interpretações favoráveis	5	5 Ótimo
Cobertura dos segmentos de público pretendido	5	5 Ótimo
Pertinência às atividades e inserção do Executivo na sociedade	5	5 Ótimo
Desdobramentos comunicativos (exemplos de peças)	5	4 Bom
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	5	5 Ótimo
Exequibilidade das peças	5	5 Ótimo

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA – 15 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	
Conhecimento dos hábitos de leitura/audição dos públicos prioritários	3	Bom 2,4 (1)
Capacidade analítica sobre os hábitos	3	Bom 2,4
Consistência do plano simulado de distribuição das peças	3	Ótimo 1,8
Economicidade da aplicação da verba de mídia	3	Bom 2,4
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia	3	Ótimo 3

TOTAL MÁXIMO: 80 pontos

NOTA FINAL: ~~74~~ 74

[Handwritten signatures]

FICHA DE AVALIAÇÃO FINAL POR MÉDIA

Avaliado por: Subcomissão Técnica (Média das avaliações individuais)

Data: 14/01/20

Proponente: Empresa 4

1. RACIOCÍNIO LÓGICO – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	Nota Média
Compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a publicidade	3	10
Compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo	3	
Compreensão do papel do Poder Executivo no contexto social, político e econômico	2	
Compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações com seus públicos	2	
Total (1):	10	

2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	Nota Média
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Executivo e ao problema de comunicação	4	10
Consistência lógica e pertinência da argumentação na defesa da proposta	3	
Riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação com os públicos	3	
Total (2):	10	

3. IDEIA CRIATIVA – 45 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	Nota Média
Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo	5	41,3
Originalidade da combinação dos elementos	5	
Simplicidade da forma	5	
Multiplicidade de interpretações favoráveis	5	

Cobertura dos segmentos de público pretendido	5
Pertinência às atividades e inserção do Executivo na sociedade	5
Desdobramentos comunicativos (exemplos de peças)	5
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	5
Exequibilidade das peças	5
Total (3):	45

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA – 15 pontos

11,6

Subcritério	Pontuação Máxima	Nota Média
Conhecimento dos hábitos de leitura/audição dos públicos prioritários	3	
Capacidade analítica sobre os hábitos	3	
Consistência do plano simulado de distribuição das peças	3	
Economicidade da aplicação da verba de mídia	3	

Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia 3

Total (4):

15

✓ NOTA FINAL: 22,93 / 80 pontos

FICHA DE AVALIAÇÃO INDIVIDUAL

Avaliado por: Marcelo Souza Coelho

Data: 14/01/26

Proponente: Empresa 05

1. RACIOCÍNIO LÓGICO – 10 pontos

Subcritério		Pontuação Máxima
Compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a publicidade	3	2,4 1,8
Compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo	3	1,8
Compreensão do papel do Poder Executivo no contexto social, político e econômico	2	1,2
Compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações com seus públicos	2	1,2

2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 10 pontos

Subcritério		Pontuação Máxima
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Poder Executivo e ao problema específico de comunicação	4	2,4 0
Consistência lógica e pertinência da argumentação na defesa da proposta	3	1,8
Riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação com os públicos	3	1,8

NR 8

DF

3. IDEIA CRIATIVA – 45 pontos

Subcritério		Pontuação Máxima
Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo	5	0
Originalidade da combinação dos elementos	5	3
Simplicidade da forma	5	5
Multiplicidade de interpretações favoráveis	5	0
Cobertura dos segmentos de público pretendido	5	3
Pertinência às atividades e inserção do Executivo na sociedade	5	3
Desdobramentos comunicativos (exemplos de peças)	5	3
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	5	3
Exequibilidade das peças	5	5

25

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA – 15 pontos

Subcritério		Pontuação Máxima
Conhecimento dos hábitos de leitura/audição dos públicos prioritários	3	1,8
Capacidade analítica sobre os hábitos	3	1,8
Consistência do plano simulado de distribuição das peças	3	0
Economicidade da aplicação da verba de mídia	3	1,8
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia	3	1,8

7,2

TOTAL MÁXIMO: 80 pontos

NOTA FINAL: 41,8

no

B

FICHA DE AVALIAÇÃO INDIVIDUAL

Avaliado por: Mariana Fátima Ribeiro

Data: 14/01/26

Proponente: Empresa 05

1. RACIOCÍNIO LÓGICO – 10 pontos

6

Subcritério		Pontuação Máxima
Compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a publicidade	3	1,8
Compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo	3	1,8
Compreensão do papel do Poder Executivo no contexto social, político e econômico	2	1,2
Compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações com seus públicos	2	1,8

2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 10 pontos

3,6

Subcritério		Pontuação Máxima
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Poder Executivo e ao problema específico de comunicação	4	0
Consistência lógica e pertinência da argumentação na defesa da proposta	3	1,8
Riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação com os públicos	3	1,8

3. IDEIA CRIATIVA – 45 pontos

20

Subcritério		Pontuação Máxima
Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo	5	0
Originalidade da combinação dos elementos	5	3
Simplicidade da forma	5	3
Multiplicidade de interpretações favoráveis	5	0
Cobertura dos segmentos de público pretendido	5	3
Pertinência às atividades e inserção do Executivo na sociedade	5	0
Desdobramentos comunicativos (exemplos de peças)	5	3
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	5	3
Exequibilidade das peças	5	5

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA – 15 pontos

7,2

Subcritério		Pontuação Máxima
Conhecimento dos hábitos de leitura/audição dos públicos prioritários	3	1,8
Capacidade analítica sobre os hábitos	3	1,8
Consistência do plano simulado de distribuição das peças	3	0
Economicidade da aplicação da verba de mídia	3	1,8
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia	3	1,8

TOTAL MÁXIMO: 80 pontosNOTA FINAL: 36,8

mte

D

FICHA DE AVALIAÇÃO INDIVIDUAL

Avaliado por: Pedro Paulo Silva

Data: 14/01

Proponente: Empresa S

1. RACIOCÍNIO LÓGICO – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	(C)
Compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a publicidade	3	1,8 Regular
Compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo	3	1,8 Regular
Compreensão do papel do Poder Executivo no contexto social, político e econômico	2	1,2 Regular
Compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações com seus públicos	2	1,2 Regular

2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	(3,6)
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Poder Executivo e ao problema específico de comunicação	4	0 Não
Consistência lógica e pertinência da argumentação na defesa da proposta	3	1,8 Regular
Riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação com os públicos	3	1,8 Regular

NS
NS
NS

3. IDEIA CRIATIVA – 45 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	(28)
Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo	5	0 Não atende
Originalidade da combinação dos elementos	5	3 Regular
Simplicidade da forma	5	5 ótima
Multiplicidade de interpretações favoráveis	5	3 Regular
Cobertura dos segmentos de público pretendido	5	3 Regular
Pertinência às atividades e inserção do Executivo na sociedade	5	3 Regular
Desdobramentos comunicativos (exemplos de peças)	5	3 Regular
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	5	3 Regular
Exequibilidade das peças	5	5 ótima

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA – 15 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	(22)
Conhecimento dos hábitos de leitura/audição dos públicos prioritários	3	Regular 1,8
Capacidade analítica sobre os hábitos	3	0 0 2,2
Consistência do plano simulado de distribuição das peças	3	1,8
Economicidade da aplicação da verba de mídia	3	1,8
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia	3	1,8

TOTAL MÁXIMO: 80 pontos

NOTA FINAL: 44,8



FICHA DE AVALIAÇÃO FINAL POR MÉDIA

Avaliado por: Subcomissão Técnica (Média das avaliações individuais)

Data: 14/01/26

Proponente: Empresa S

1. RACIOCÍNIO LÓGICO – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	Nota Média
Compreensão das características de Juiz de Fora e das atividades relevantes para a publicidade	3	6
Compreensão do problema específico de comunicação do Poder Executivo	3	
Compreensão do papel do Poder Executivo no contexto social, político e econômico	2	
Compreensão da natureza, extensão e qualidade das relações com seus públicos	2	
Total (1):	10	

2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – 10 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	Nota Média
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Executivo e ao problema de comunicação	4	3,6
Consistência lógica e pertinência da argumentação na defesa da proposta	3	
Riqueza de desdobramentos positivos para a comunicação com os públicos	3	
Total (2):	10	

3. IDEIA CRIATIVA – 45 pontos

Subcritério	Pontuação Máxima	Nota Média
Adequação ao problema específico de comunicação do Poder Executivo	5	24,33
Originalidade da combinação dos elementos	5	
Simplicidade da forma	5	
Multiplicidade de interpretações favoráveis	5	

Cobertura dos segmentos de público pretendido	5
Pertinência às atividades e inserção do Executivo na sociedade	5
Desdobramentos comunicativos (exemplos de peças)	5
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos	5
Exequibilidade das peças	5
Total (3):	45

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA – 15 pontos

2,2

Subcritério	Pontuação Máxima	Nota Média
Conhecimento dos hábitos de leitura/audição dos públicos prioritários	3	
Capacidade analítica sobre os hábitos	3	
Consistência do plano simulado de distribuição das peças	3	
Economicidade da aplicação da verba de mídia	3	

Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não 3
mídia

Total (4): 15

☒ NOTA FINAL: 41,13 / 80 pontos

Ata do relatório da subcomissão técnica sobre Plano de Comunicação Publicitária (Envelope A)

Às 10 horas e 54 minutos do dia treze de janeiro de 2026, a subcomissão de análise técnica reuniu-se para proceder à avaliação dos planos de comunicação publicitária das candidaturas apresentadas ao processo de licitação para contratação de agência publicitária para a Prefeitura de Juiz de Fora.

A subcomissão recebeu os documentos relativos a cinco candidaturas. Aberto o envelope "A", via não identificada, que constava o Plano de Comunicação Publicitária de cada proponente, procedeu-se à leitura dos documentos apresentados. A sessão foi interrompida às 13 horas e 45 minutos.

A sessão foi retomada às 10h, do dia 14 de janeiro. Os avaliadores procederam, progressivamente, à avaliação de cada um dos pontos, classificando os subitens segundo os parâmetros estabelecidos. No momento apropriado, também foram analisadas as lâminas demonstrativas. Os pareceristas concluíram a avaliação, ratificando o cumprimento de todas as suas atribuições e o atendimento, por parte das proponentes, aos requisitos exigidos. A média final foi calculada a partir das avaliações individuais de cada membro, discutidas coletivamente, conforme consta na gravação da sessão e nos documentos anexados. A sessão foi interrompida para a confecção da ata às 12h54.

Nova sessão foi aberta às 9h30 desta segunda-feira, 19, para a leitura da presente ATA. Não havendo óbices, a subcomissão técnica encerra o processo de análise técnica do envelope A, com lavratura da presente ata. As notas e parâmetros acompanham este relatório, devidamente assinadas e rubricadas pelos avaliadores.

Nesta quinta-feira, 22, ao realizar a conferência das notas à partir das fichas de avaliação individual anexadas ao processo item por item, para conferência final e validação das notas, percebeu-se um erro factual na soma do avaliador Pedro no item Raciocínio Lógico que teve a pontuação de 8,4 pontos, quando o valor correto deveria ser 8,8 (2,4 + 2,4 + 2 + 2), em nada afetando a avaliação redigida pelos avaliadores.

Registre-se em ata, portanto que, para a pontuação final serão considerados os resultados finais seguindo os itens do edital. Desta forma, a pontuação dos envelopes A é:

Empresa 1 - 65,73 pontos

Empresa 2 - 71,4 pontos

Empresa 3 - 69 pontos

Empresa 4 - 72,93 pontos

Empresa 5 - 41,13 pontos

Avaliadores:

Pedro Brasil Silva

Assinatura: Pedro Brasil Silva

Marcelo Souza Coelho

Assinatura: Marcelo Souza Coelho

Mariana Pelegrini Ziborgi

Assinatura Mariana Ziborgi Pelegrini

Atestamos para os devidos fins que esta subcomissão técnica de licitação, instituída pela portaria nº 82 - SECOM se reuniu nesta quinta-feira, 22 de janeiro, a partir das 11h15, para realizar a checagem de itens do plano de comunicação do Envelope B (via identificada) com o envelope A (via não identificada) da concorrência nº 23/25.

Nesse momento, a subcomissão também processou a checagem exigida quanto ao anexo II, identificando que o envelope "A" anteriormente avaliado por essa subcomissão durante as primeiras reuniões tratavam-se das empresas:

Empresa 1 - Brasil 84 Comunicação

Empresa 2 - Lume Comunicação

Empresa 3 - Go Mídia

Empresa 4 - Sagres Criativa

Empresa 5 - Fazenda Comunicação

Ao fazer a comparação do envelope "B" com "A", atestamos que todas as empresas cumpriram com todos os requisitos exigidos pelo concurso.

Assinaturas

Pedro Brasil Silva



Marcelo Souza Coelho



Mariana Zibordi Pelegrini



ANEXO II

TABELA DE CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO

CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO			
Título da Campanha: <u>JUIZ DE FORA OLHA 100 ANOS À FRENTE</u>			
FORMA DE APRESENTAÇÃO	PLANO DE COMUNICAÇÃO	SI M	NÃO
Formatação	Máximo de 13 laudas	X	
	Configurações padrão (fontes, cor, espaçamento etc.)	✓	
	Páginas numeradas conforme padrão	✓	
	Máximo de 30 linhas por lauda	X	
Texto	a) Raciocínio Básico	X	
	b) Estratégia de Comunicação Publicitária	X	
	c) Ideia Criativa	✓	
Anexo	c.1 Peças apresentadas conforme padrão	X	
Texto	d) Estratégia de Mídia	X	
Anexo	d.1 Simulação de plano de distribuição de peças	X	

1 - BRASIL 89

[Handwritten signatures and initials]

ANEXO II

TABELA DE CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO

CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO			
Título da Campanha: <i>JUIZ DE FORA OLHA 100 ANOS À FRENTE</i>			
FORMA DE APRESENTAÇÃO	PLANO DE COMUNICAÇÃO	SI M	NÃO
Formatação	Máximo de 13 laudas	<i>X</i>	
	Configurações padrão (fontes, cor, espaçamento etc.)	<i>✓</i>	
	Páginas numeradas conforme padrão	<i>✓</i>	
	Máximo de 30 linhas por lauda	<i>X</i>	
Texto	a) Raciocínio Básico	<i>X</i>	
	b) Estratégia de Comunicação Publicitária	<i>X</i>	
	c) Ideia Criativa	<i>✓</i>	
Anexo	c.1 Peças apresentadas conforme padrão	<i>X</i>	
Texto	d) Estratégia de Mídia	<i>X</i>	
Anexo	d.1 Simulação de plano de distribuição de peças	<i>X</i>	

1 - BRASIL 89

MA
[Signature]

ANEXO II

TABELA DE CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO

CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO			
Título da Campanha: DA PRA ENXERGAR O FUTURO			
FORMA DE APRESENTAÇÃO	PLANO DE COMUNICAÇÃO	SI M	NÃ O
Formatação	Máximo de 13 laudas	X	
	Configurações padrão (fontes, cor, espaçamento etc.)	X	
	Páginas numeradas conforme padrão	X	
	Máximo de 30 linhas por lauda	X	
Texto	a) Raciocínio Básico	X	
	b) Estratégia de Comunicação Publicitária	X	
	c) Ideia Criativa	X	
Anexo	c.1 Peças apresentadas conforme padrão	X	
Texto	d) Estratégia de Mídia	X	
Anexo	d.1 Simulação de plano de distribuição de peças	X	

2 - LUME
COMUNICAÇÃO

8
A

ANEXO II

TABELA DE CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO

CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO			
Título da Campanha: <i>A ENERGIA DO PROGRESSO CORRE POR JF</i>			
FORMA DE APRESENTAÇÃO	PLANO DE COMUNICAÇÃO	SI M	NÃO O
Formatação	Máximo de 13 laudas	<i>X</i>	
	Configurações padrão (fontes, cor, espaçamento etc.)	<i>X</i>	
	Páginas numeradas conforme padrão	<i>X</i>	
	Máximo de 30 linhas por lauda	<i>X</i>	
Texto	a) Raciocínio Básico	<i>X</i>	
	b) Estratégia de Comunicação Publicitária	<i>X</i>	
	c) Ideia Criativa	<i>X</i>	
Anexo	e.1 Peças apresentadas conforme padrão	<i>X</i>	
Texto	d) Estratégia de Mídia	<i>X</i>	
Anexo	d.1 Simulação de plano de distribuição de peças	<i>X</i>	

3 - GO MÍDIA

At
[Signature]

ANEXO II

TABELA DE CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO

CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO			
Título da Campanha: O FUTURO CORRE NA GENTE			
FORMA DE APRESENTAÇÃO	PLANO DE COMUNICAÇÃO	SI M	NÃO
Formatação	Máximo de 13 laudas	X	
	Configurações padrão (fontes, cor, espaçamento etc.)	X	
	Páginas numeradas conforme padrão	X	
	Máximo de 30 linhas por lauda	X	
Texto	a) Raciocínio Básico	X	
	b) Estratégia de Comunicação Publicitária	X	
	c) Ideia Criativa	X	
Anexo	c.1 Peças apresentadas conforme padrão	X	
Texto	d) Estratégia de Mídia	X	
Anexo	d.1 Simulação de plano de distribuição de peças	X	

4- SAGRES



ANEXO II

TABELA DE CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO

CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO			
Título da Campanha: <i>Juiz de Fora em Movimento</i>			
FORMA DE APRESENTAÇÃO	PLANO DE COMUNICAÇÃO	SI M	NÃO
Formatação	Máximo de 13 laudas	X	
	Configurações padrão (fontes, cor, espaçamento etc.)	X	
	Páginas numeradas conforme padrão	X	
	Máximo de 30 linhas por lauda	X	
Texto	a) Raciocínio Básico	X	
	b) Estratégia de Comunicação Publicitária	X	
	c) Ideia Criativa	X	
Anexo	c.1 Peças apresentadas conforme padrão	X	
Texto	d) Estratégia de Mídia	X	
Anexo	d.1 Simulação de plano de distribuição de peças	X	

(5) FAZENDA
COMUNICAÇÃO

[Handwritten signature]

ANEXO II

TABELA DE CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO

CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO			
Título da Campanha: <i>② Juiz de Fora olhe 100 anos a frente</i>			
FORMA DE APRESENTAÇÃO	PLANO DE COMUNICAÇÃO	SI M	NÃ O
Formatação	Máximo de 13 laudas	X	
	Configurações padrão (fontes, cor, espaçamento etc.)	X	
	Páginas numeradas conforme padrão	X	
	Máximo de 30 linhas por lauda	X	
Texto	a) Raciocínio Básico	X	
	b) Estratégia de Comunicação Publicitária	X	
	c) Ideia Criativa	X	
Anexo	c.1 Peças apresentadas conforme padrão	X	
Texto	d) Estratégia de Mídia	X	
Anexo	d.1 Simulação de plano de distribuição de peças	X	

*Empresa 1
Brasil 84 (BR 84)*

me

84

ANEXO II

TABELA DE CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO

CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO			
Título da Campanha: <i>Juiz de Fora em movimento</i>			
FORMA DE APRESENTAÇÃO	PLANO DE COMUNICAÇÃO	SI M	NÃ O
Formatação	Máximo de 13 laudas	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Configurações padrão (fontes, cor, espaçamento etc.)	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Páginas numeradas conforme padrão	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Máximo de 30 linhas por lauda	<input checked="" type="checkbox"/>	
Texto	a) Raciocínio Básico	<input checked="" type="checkbox"/>	
	b) Estratégia de Comunicação Publicitária	<input checked="" type="checkbox"/>	
	c) Ideia Criativa	<input checked="" type="checkbox"/>	
Anexo	c.1 Peças apresentadas conforme padrão	<input checked="" type="checkbox"/>	
Texto	d) Estratégia de Mídia	<input checked="" type="checkbox"/>	
Anexo	d.1 Simulação de plano de distribuição de peças	<input checked="" type="checkbox"/>	




Empresa S Fgundo Comunicacao

10/10 8 10

ANEXO II

TABELA DE CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO

CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO			
Título da Campanha: <i>O futuro começa na gente (Segundo a Natureza)</i>			
FORMA DE APRESENTAÇÃO	PLANO DE COMUNICAÇÃO	SI M	NÃ O
Formatação	Máximo de 13 laudas	X	
	Configurações padrão (fontes, cor, espaçamento etc.)	X	
	Páginas numeradas conforme padrão	X	
	Máximo de 30 linhas por lauda	X	
Texto	a) Raciocínio Básico	X	
	b) Estratégia de Comunicação Publicitária	X	
	c) Ideia Criativa	X	
Anexo	c.1 Peças apresentadas conforme padrão	X	
Texto	d) Estratégia de Mídia	X	
Anexo	d.1 Simulação de plano de distribuição de peças	X	

ANEXO II

TABELA DE CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO

CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO			
Título da Campanha: <i>A energia do progresso com o POF</i>			
FORMA DE APRESENTAÇÃO	PLANO DE COMUNICAÇÃO	SI M	NÃ O
Formatação	Máximo de 13 laudas	X	
	Configurações padrão (fontes, cor, espaçamento etc.)	X	
	Páginas numeradas conforme padrão	X	
	Máximo de 30 linhas por lauda	X	
Texto	a) Raciocínio Básico	X	
	b) Estratégia de Comunicação Publicitária	X	
	c) Ideia Criativa	X	
Anexo	c.1 Peças apresentadas conforme padrão	X	
Texto	d) Estratégia de Mídia	X	
Anexo	d.1 Simulação de plano de distribuição de peças	X	

Empenho 3 - 60 mil

TRD

R

D

AD

ANEXO II

TABELA DE CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO

CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO			
Título da Campanha: <i>Agora é para marcar o futuro</i>			
FORMA DE APRESENTAÇÃO	PLANO DE COMUNICAÇÃO	SI M	NÃ O
Formatação	Máximo de 13 laudas	X	
	Configurações padrão (fontes, cor, espaçamento etc.)	X	
	Páginas numeradas conforme padrão	X	
	Máximo de 30 linhas por lauda	X	
Texto	a) Raciocínio Básico	X	
	b) Estratégia de Comunicação Publicitária	X	
	c) Ideia Criativa	X	
Anexo	c.1 Peças apresentadas conforme padrão	X	
Texto	d) Estratégia de Mídia	X	
Anexo	d.1 Simulação de plano de distribuição de peças	X	

Bom Comunicação
Empresa 2

NDP

B

A

ANEXO II

TABELA DE CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO

CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO			
Título da Campanha: <i>Juiz de Fora olha 100 anos a frente</i>			
FORMA DE APRESENTAÇÃO	PLANO DE COMUNICAÇÃO	SI M	NÃ O
Formatação	Máximo de 13 laudas	X	
	Configurações padrão (fontes, cor, espaçamento etc.)	X	
	Páginas numeradas conforme padrão	X	
	Máximo de 30 linhas por lauda	X	
Texto	a) Raciocínio Básico	X	
	b) Estratégia de Comunicação Publicitária	X	
	c) Ideia Criativa	X	
Anexo	c.1 Peças apresentadas conforme padrão	X	
Texto	d) Estratégia de Mídia	X	
Anexo	d.1 Simulação de plano de distribuição de peças	X	

Empresa 1 : Brasil 84 Comunicação

7

MD

4

ANEXO II

TABELA DE CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO

CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO			
Título da Campanha: <i>Agora vá para enxergar o futuro</i>			
FORMA DE APRESENTAÇÃO	PLANO DE COMUNICAÇÃO	SI M	NÃ O
Formatação	Máximo de 13 laudas	X	
	Configurações padrão (fontes, cor, espaçamento etc.)	X	
	Páginas numeradas conforme padrão	X	
	Máximo de 30 linhas por lauda	X	
Texto	a) Raciocínio Básico	X	
	b) Estratégia de Comunicação Publicitária	X	
	c) Ideia Criativa	X	
Anexo	c.1 Peças apresentadas conforme padrão	X	
Texto	d) Estratégia de Mídia	X	
Anexo	d.1 Simulação de plano de distribuição de peças	X	

Empresa 2: Lume Comunicação

7

14/0

40

ANEXO II

TABELA DE CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO

CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO			
Título da Campanha: <i>A energia do progresso corre por JF</i>			
FORMA DE APRESENTAÇÃO	PLANO DE COMUNICAÇÃO	SI M	NÃ O
Formatação	Máximo de 13 laudas	X	
	Configurações padrão (fontes, cor, espaçamento etc.)	X	
	Páginas numeradas conforme padrão	X	
	Máximo de 30 linhas por lauda	X	
Texto	a) Raciocínio Básico	X	
	b) Estratégia de Comunicação Publicitária	X	
	c) Ideia Criativa	X	
Anexo	c.1 Peças apresentadas conforme padrão	X	
Texto	d) Estratégia de Mídia	X	
Anexo	d.1 Simulação de plano de distribuição de peças	X	

Empresa 3 : go Midia

D

MS

W

ANEXO II

TABELA DE CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO

CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO			
Título da Campanha: <i>O futuro corre na gente</i>			
FORMA DE APRESENTAÇÃO	PLANO DE COMUNICAÇÃO	SI M	NÃ O
Formatação	Máximo de 13 laudas	X	
	Configurações padrão (fontes, cor, espaçamento etc.)	X	
	Páginas numeradas conforme padrão	X	
	Máximo de 30 linhas por lauda	X	
Texto	a) Raciocínio Básico	X	
	b) Estratégia de Comunicação Publicitária	X	
	c) Ideia Criativa	X	
Anexo	c.1 Peças apresentadas conforme padrão	X	
Texto	d) Estratégia de Mídia	X	
Anexo	d.1 Simulação de plano de distribuição de peças	X	

Empresa 4 : Sagues Criativa





ANEXO II

TABELA DE CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO

CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO			
Título da Campanha: <i>Juiz de Fora em movimento</i>			
FORMA DE APRESENTAÇÃO	PLANO DE COMUNICAÇÃO	SI M	NÃ O
Formatação	Máximo de 13 laudas	X	
	Configurações padrão (fontes, cor, espaçamento etc.)	X	
	Páginas numeradas conforme padrão	X	
	Máximo de 30 linhas por lauda	X	
Texto	a) Raciocínio Básico	X	
	b) Estratégia de Comunicação Publicitária	X	
	c) Ideia Criativa	X	
Anexo	c.1 Peças apresentadas conforme padrão	X	
Texto	d) Estratégia de Mídia	X	
Anexo	d.1 Simulação de plano de distribuição de peças	X	

Empresa S Fgundo Comunicacao

Handwritten signatures and initials.

ATA DA REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA - AVALIAÇÃO ENVELOPE C E NOTA FINAL

Às 10 horas e 2 minutos do dia 23 de janeiro de 2026, a subcomissão de análise técnica reuniu-se para proceder sua tarefa de avaliação do Conjunto de Informações do Proponente das candidaturas apresentadas ao processo de licitação para contratação de agência publicitária para a Prefeitura de Juiz de Fora.

Da comissão que coordena os trabalhos, a subcomissão recebeu os documentos relativos a cinco candidaturas. Procedeu-se à leitura dos documentos apresentados, um quesito por vez. Os avaliadores procederam, progressivamente, a avaliação dos pontos "Capacidade de Atendimento", "Repertório" e "Relatos de Solução de Problemas de Comunicação (Cases)". Foram analisados os subitens constantes no edital, classificando-os conforme os parâmetros estabelecidos.

Encerrada a leitura e avaliação do documento, os pareceristas concluíram seu trabalho ratificando o cumprimento de todas as suas atribuições e o respeito do candidato aos requisitos exigidos dele pelo concurso, concluindo pela atribuição de notas que é a média ponderada das notas atribuídas pelos três avaliadores, em 20 pontos possíveis.

As notas e parâmetros acompanham este relatório, devidamente assinadas e rubricadas pelos avaliadores. Conforme exigência do edital, foram somadas as notas referentes ao "Envelope A" (via não identificada) e o "Envelope C" (Conjunto de Informações do proponente). Desta forma, a classificação final das seguintes proponentes foi feita da seguinte maneira:

Médias envelope C

Empresa 1 - Brasil 84

Capacidade de atendimento = 9,733...

Repertório = 5

Resolução de Problemas = 5

Total = 19,73

Empresa 2 - Lume

Capacidade de atendimento = 10

Repertório = 4,8

Resolução de Problemas = 5

Total = 19,8

Empresa 3 - Go Midia

Capacidade de atendimento = 9,33

Repertório = 4,6

Resolução de Problemas = 4,4

Total = 18,43

Empresa 4 - Sagres

Capacidade de atendimento = 9,06

Repertório = 4,6

Resolução de Problemas = 5

Total = 18,66

Empresa 5 - Fazenda

Capacidade de atendimento = 9,46

Repertório = 4,86

Resolução de Problemas = 5

Total = 19,32

Mariana Zbind. Pileggi



Pedro Brasil Sbr



Resultado final (Soma A + C)

Empresa 1 - Brasil 84 = 85,46
Empresa 2 - Lume Comunicação = 91,19
Empresa 3 - Go Midia = 87,43
Empresa 4 - Sagres = 91,59
Empresa 5 - Fazenda = 60,45

Nota FINAL (Envelope A)

Empresa 4 - Sagres Criativa - Envelope A - 72,93
Empresa 2 - Lume Comunicação - Envelope A - 71,39
Empresa 3 - Go Mídia - Envelope A - 69
Empresa 1 - Brasil 84 Comunicação - Envelope A - 65,73
Empresa 5 - Fazenda Comunicação - Envelope A - 41,13

RELATÓRIO INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE

Proponente: Empresa 1 - Brasil 84

Data: 23-01-2026

Empresa 1 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Nota atribuída (média): / 10 pontos

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Siva

No item tempo de experiência profissional em atividades publicitárias a empresa foi avaliada como excelente, com profissionais experientes responsáveis pela execução do contrato. As instalações, infraestrutura e recursos materiais são adequadas, assim como as informações de comunicação disponibilizadas ao Poder Executivo, mas a operacionalidade do relacionamento com o Poder Executivo foi considerada boa em função do prazo para atendimento das demandas.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A empresa demonstra plena aptidão operacional, sustentada por um tempo de experiência consolidado no mercado publicitário e um corpo técnico de alta performance, apto a gerir as demandas complexas da administração municipal. A infraestrutura e os recursos materiais apresentados mostram-se totalmente adequados à execução do contrato, garantindo ao Poder Executivo canais de comunicação fluidos e uma operacionalidade de relacionamento eficiente, pautada pela agilidade e pelo rigor profissional.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

O tempo de experiência dos profissionais foi avaliado como ótimo. O quesito qualidade dos profissionais responsáveis pelo contrato recebeu avaliação boa, em razão da ausência de um profissional sênior da área de mídia. Nos demais quesitos, a empresa obteve pontuação máxima, atendendo integralmente aos requisitos estabelecidos no edital.

Empresa 1 - REPERTÓRIO

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Silva

A candidata apresentou repertório diverso, condizente com as necessidades do Executivo. A qualidade da execução, acabamento e simplicidade da forma de apresentação das publicidades foi excelente. Nota máxima, atendendo a todas as exigências do edital.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

O repertório apresentado destaca-se pela alta pertinência e afinidade com o contexto público, revelando uma execução técnica impecável e acabamento de excelência em todas as peças. A agência logrou êxito ao unir ideias criativas de forte impacto a uma forma de apresentação simples e direta, cumprindo integralmente as expectativas de análise técnica e demonstrando maturidade na tradução estética das mensagens propostas.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A empresa apresentou material pertinente e alinhado às necessidades e ao perfil de comunicação do Poder Executivo Municipal, tendo os quesitos ideia criativa, qualidade de execução e simplicidade da forma avaliados com nota máxima.

Empresa 1 - RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS (CASES)

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Silva

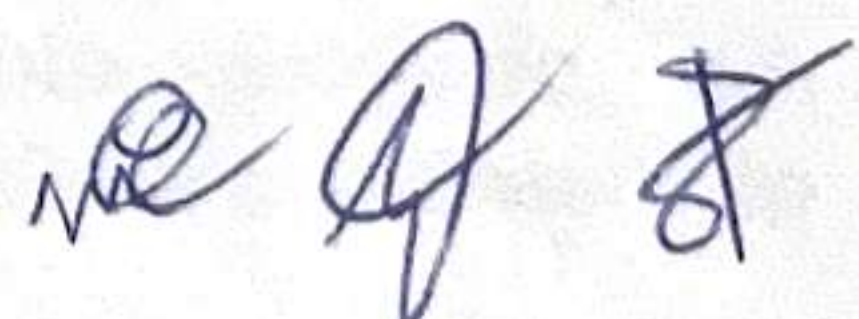
A empresa apresentou resultados relevantes, com clareza e lógica das exposições publicitárias, com evidência de planejamento publicitário e consistência entre os problemas apresentados e as soluções de comunicação.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A avaliação dos cases revela uma consistência exemplar entre o problema diagnosticado e a solução implementada, evidenciando um planejamento publicitário estratégico e bem estruturado. Os exemplos apresentados sobressaíram pela clareza e lógica de exposição, fornecendo evidências concretas de resultados relevantes e mensagens eficazes, o que atesta a capacidade da proponente em entregar soluções práticas e mensuráveis dentro das exigências do edital.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

Os cases apresentados alcançaram nota máxima nos seguintes quesitos: relevância dos resultados apresentados, clareza e lógica da exposição, evidência de planejamento publicitário e consistência entre o problema identificado e a solução proposta.



RELATÓRIO INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE

Proponente: Empresa 1 - Brasil 84

Data: 23-01-2026

Empresa 1 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Nota atribuída (média): / 10 pontos

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Siva

No item tempo de experiência profissional em atividades publicitárias a empresa foi avaliada como excelente, com profissionais experientes responsáveis pela execução do contrato. As instalações, infraestrutura e recursos materiais são adequadas, assim como as informações de comunicação disponibilizadas ao Poder Executivo, mas a operacionalidade do relacionamento com o Poder Executivo foi considerada boa em função do prazo para atendimento das demandas.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A empresa demonstra plena aptidão operacional, sustentada por um tempo de experiência consolidado no mercado publicitário e um corpo técnico de alta performance, apto a gerir as demandas complexas da administração municipal. A infraestrutura e os recursos materiais apresentados mostram-se totalmente adequados à execução do contrato, garantindo ao Poder Executivo canais de comunicação fluidos e uma operacionalidade de relacionamento eficiente, pautada pela agilidade e pelo rigor profissional.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

O tempo de experiência dos profissionais foi avaliado como ótimo. O quesito qualidade dos profissionais responsáveis pelo contrato recebeu avaliação boa, em razão da ausência de um profissional sênior da área de mídia. Nos demais quesitos, a empresa obteve pontuação máxima, atendendo integralmente aos requisitos estabelecidos no edital.



Repertório = 4,86

Resolução de Problemas = 5

Total = 19,32

Proponente: Empresa 2 - Lume Comunicação

Data: 23-01-2026

Empresa 2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Nota atribuída (média): / 10 pontos

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Siva

No quesito tempo de experiência profissional em atividades publicitárias a empresa foi avaliada como excelente, com profissionais experientes responsáveis pela execução do contrato, destacando-se ainda a especialização da empresa no setor público. As instalações, infraestrutura e recursos materiais são adequadas, assim como as informações de comunicação disponibilizadas ao Poder Executivo. A operacionalidade do relacionamento com o Poder Executivo é ótima já que apresenta também a alternativa de profissionais no período noturno.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A proponente exibiu uma estrutura operacional de excelência, evidenciando maturidade profissional e plena adequação de suas instalações e recursos materiais para o suporte às demandas do município. O diferencial positivo reside na qualidade do corpo técnico, que inclui profissionais dedicados especificamente ao atendimento da conta, assegurando que os fluxos de informação e a operacionalidade junto ao Poder Executivo ocorram com fluidez, rigor e total alinhamento às necessidades contratuais.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A empresa apresentou profissionais com tempo de experiência em atividades publicitárias avaliado como ótimo, bem como qualidade ótima dos profissionais responsáveis pela execução do contrato.

Nos quesitos referentes a instalações, infraestrutura e recursos materiais, a empresa também obteve pontuação máxima, por atender plenamente aos requisitos estabelecidos.

Os demais itens, informações de comunicação e operacionalidade do relacionamento com o Poder Executivo, igualmente receberam notas máximas.

Empresa Lume - REPERTÓRIO

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Silva

A candidata apresentou repertório condizente com as necessidades do Executivo em cada caso, com campanhas criativas e peças com soluções inovadoras para problemas crônicos, como no caso da energia nuclear. A qualidade da execução, acabamento e simplicidade da forma de apresentação também foi excelente.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A agência apresentou um conjunto de trabalhos com boa qualidade de execução e afinidade com o perfil institucional da Prefeitura, embora com oscilações pontuais de desempenho criativo. Enquanto certas peças demonstraram conceitos brilhantes, outras, como o exemplo da campanha de Aniversário de Itabira, careceram de inovação. Além disso, observou-se que a simplicidade na transmissão da mensagem nem sempre foi constante, exigindo, em determinados momentos, um esforço cognitivo maior do público-alvo para a plena compreensão do tema proposto.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A empresa apresentou repertório pertinente e alinhado às necessidades e ao perfil de comunicação especificados no edital. No quesito ideia criativa, a empresa obteve pontuação boa, em razão da apresentação de materiais consistentes, porém com abordagem criativa mais convencional, sem aprofundamento conceitual. Os demais quesitos, relativos à qualidade de execução e à simplicidade da forma, foram avaliados com nota máxima.

Empresa 2 - RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS (CASES)

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Silva

A empresa apresentou resultados relevantes, com clareza e lógica das exposições publicitárias, com destacada evidência de planejamento publicitário e consistência entre os problemas apresentados e as soluções de comunicação.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

Neste quesito, a empresa demonstrou alto nível de competência ao articular soluções consistentes para os desafios apresentados. A exposição dos cases foi pautada pela clareza lógica e por um planejamento publicitário robusto, que conectou de forma eficaz o problema inicial aos resultados finais. A relevância dos desdobramentos apresentados confirma a capacidade estratégica da agência em traduzir diagnósticos complexos em ações práticas que cumprem integralmente as exigências do edital.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

Nos cases e nas resoluções de problemas apresentados, a empresa obteve nota máxima em todos os quesitos avaliados, a saber: relevância dos resultados apresentados, clareza e lógica da exposição, evidência de planejamento publicitário e consistência entre o problema identificado e a solução proposta.

APR
Q
8

Proponente: Empresa 3 - Go

Data: 23-01-2026

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Nota atribuída (média): / 10 pontos

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Siva

A candidata apresenta profissionais experientes e de perfil diversificado para atender às demandas da Prefeitura de Juiz de Fora. As instalações, infraestrutura e recursos materiais são ótimas e as informações de comunicação disponibilizadas ao Poder Executivo são boas. A operacionalidade do relacionamento com o Poder Executivo foi considerada ótima em função da flexibilidade de prazo de entrega das demandas.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A proponente demonstrou uma estrutura operacional sólida, com tempo de experiência e corpo profissional aptos a atender às demandas do contrato. Contudo, a pontuação foi impactada negativamente no critério de ferramentas e informações de comunicação ao Poder Executivo pois a empresa apresentou um número significativamente inferior ao apresentado pelas demais concorrentes. Embora a operacionalidade e as instalações sejam adequadas, a escassez de recursos de monitoramento de dados limita o suporte necessário para o planejamento de comunicação do município.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A empresa apresentou tempo de experiência profissional em atividades publicitárias e qualidade dos profissionais responsáveis pela execução do contrato avaliados como ótimos, assim como a adequação das instalações, infraestrutura e recursos materiais, que atendeu plenamente aos requisitos estabelecidos. Os quesitos referentes às informações de comunicação disponibilizadas ao Poder Executivo e à operacionalidade do relacionamento com o Poder Executivo receberam avaliação boa, em razão da apresentação limitada de ferramentas e metodologias para a gestão e o compartilhamento das informações, bem como da previsão de SLA elevado para a produção de peças.

REPERTÓRIO

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Silva

A candidata apresentou repertório pertinente com as necessidades do Executivo. O repertório de peças é robusto, mas faltou criatividade em algumas peças, sem soluções inovadoras. A qualidade da execução, acabamento e simplicidade da forma de apresentação das publicidades foi excelente.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

O conjunto de peças apresentado revela um portfólio tecnicamente correto, atendendo aos requisitos de execução, acabamento e simplicidade exigidos pelo certame. A agência demonstrou capacidade de entrega e afinidade com o repertório solicitado, porém a avaliação identificou oportunidades de melhoria no campo da inovação. As ideias criativas demonstradas, embora eficazes, apresentaram-se dentro de um padrão convencional, carecendo do diferencial inventivo observado nas propostas de melhor classificação.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

Com relação ao repertório apresentado, a empresa obteve avaliação regular, uma vez que parte do material demonstrado não apresentou total pertinência ou afinidade com as necessidades e com o perfil de comunicação do Poder Executivo Municipal, incluindo exemplos oriundos de setores distintos do público-alvo previsto no edital. Os demais quesitos, ideia criativa, qualidade de execução e simplicidade da forma apresentada, foram avaliados com nota máxima.

RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS (CASES)

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Silva

A empresa apresentou resultados relevantes, com clareza e lógica das exposições publicitárias. Há evidência de planejamento publicitário e consistência entre os problemas apresentados e as soluções de comunicação.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

Neste pilar, a empresa apresentou soluções pertinentes, mas que sofreram com a falta de profundidade na exposição. Embora a lógica entre problema e solução tenha sido mantida, a clareza e o detalhamento do planejamento publicitário ficaram aquém das expectativas do edital. No case referente à Kinross, especificamente, a ausência de um detalhamento robusto dos resultados alcançados prejudicou.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

Nos cases apresentados, observou-se ausência de dados e indicadores capazes de demonstrar de forma consistente a relevância dos resultados alcançados, bem como pouco aprofundamento na exposição dos problemas, o que comprometeu a clareza e a lógica da apresentação. Por outro lado, a empresa demonstrou adequada evidência de planejamento publicitário, com boa estruturação das ações. A relação entre o problema identificado e a solução proposta, entretanto, mostrou-se limitada, em razão da elaboração pouco aprofundada e da falta de dados que sustentassem essa consistência.



Proponente: Empresa 4 - Sagres Criativa

Data: 23-01-2026

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Nota atribuída (média): / 10 pontos

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Siva

A empresa apresentou profissionais experientes em atividades publicitárias, com vasta formação à disposição da Prefeitura de Juiz de Fora. As instalações, infraestrutura e recursos materiais são boas, mas pecam ante os outros concorrentes. As informações de comunicação disponibilizadas ao Poder Executivo são ótimas, com previsões de reuniões de feedbacks constantes. A operacionalidade do relacionamento com o Poder Executivo foi considerada boa em função do tempo para execução dos serviços, mas com a sinalização de possível redução desse prazo, a depender da demanda.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A proponente apresenta as condições para a prestação do serviço, contando com profissionais experientes e infraestrutura técnica adequada às exigências contratuais. Os mecanismos de comunicação e a metodologia de relacionamento propostos garantem a operacionalidade necessária. Todavia, a análise indica que a estrutura de atendimento, embora funcional, poderia ser mais robusta, assim como as informações colocadas à disposição do poder público poderia contar com mais ferramentas.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A empresa obteve avaliação ótima quanto ao tempo de experiência profissional em atividades publicitárias, à qualidade dos profissionais responsáveis pela execução do contrato e à adequação das instalações, infraestrutura e recursos materiais. As informações de comunicação disponibilizadas ao Poder Executivo foram avaliadas como boas, diante da limitação de ferramentas e metodologias apresentadas. A operacionalidade do relacionamento com o Poder Executivo recebeu avaliação regular, em razão da previsão de SLA elevado para a produção de peças, com potencial impacto na tempestividade do atendimento às demandas.

REPERTÓRIO

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Silva

A empresa apresentou repertório variado e com ótima execução: ideias simples e criativas, com foco em soluções inovadoras. O padrão de produção do material foi excelente, com ações digitais que poderiam ser adaptadas às produções do Poder Executivo.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

O repertório apresentado pela proponente demonstra notável vigor criativo e um padrão de execução de excelência, com peças que exibem acabamento técnico superior e grande impacto visual. No entanto, apesar da qualidade estética e da clareza na forma de apresentação, a agência não obteve pontuação total neste quesito por não demonstrar afinidade com a comunicação pública.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

No que se refere ao repertório, a empresa recebeu avaliação regular, considerando que parte dos materiais apresentados não demonstrou aderência plena às necessidades e ao perfil de comunicação do Poder Executivo Municipal, ao incluir referências de setores distintos do público previsto no edital. Em contrapartida, os quesitos ideia criativa, qualidade de execução e

simplicidade da forma foram avaliados com nota máxima.

RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS (CASES)

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Siva

A empresa apresentou resultados consistentes, com soluções criativas e inovadoras, como a abordagem digital e uso de estratégias de gamificação. Há clareza e lógica nas exposições publicitárias, com evidência de planejamento e consistência entre os problemas apresentados e as soluções propostas.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

Neste ponto, a empresa demonstrou um desempenho sólido, apresentando cases que cumprem com rigor as expectativas estabelecidas no edital. Ficou evidenciada a capacidade de planejamento estratégico da agência, com destaque para a inteligente adequação das peças aos meios de mídia escolhidos. A exposição lógica e a consistência entre o diagnóstico do problema e a solução implementada comprovam que a proponente possui maturidade técnica para converter estratégias publicitárias em resultados práticos e mensuráveis.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A análise dos cases indicou desempenho ótimo em todos os quesitos, com adequada demonstração da relevância dos resultados, clareza e lógica da exposição, evidência de planejamento publicitário e consistência entre o problema apresentado e a solução proposta.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A empresa apresentou resultados consistentes, com soluções criativas e inovadoras, como a abordagem digital e uso de estratégias de gamificação. Há clareza e lógica nas exposições publicitárias, com evidência de planejamento e consistência entre os problemas apresentados e as soluções propostas.

REPORTEIRO

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Siva

A empresa apresentou resultados consistentes, com soluções criativas e inovadoras, como a abordagem digital e uso de estratégias de gamificação. Há clareza e lógica nas exposições publicitárias, com evidência de planejamento e consistência entre os problemas apresentados e as soluções propostas.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

Neste ponto, a empresa demonstrou um desempenho sólido, apresentando cases que cumprem com rigor as expectativas estabelecidas no edital. Ficou evidenciada a capacidade de planejamento estratégico da agência, com destaque para a inteligente adequação das peças aos meios de mídia escolhidos. A exposição lógica e a consistência entre o diagnóstico do problema e a solução implementada comprovam que a proponente possui maturidade técnica para converter estratégias publicitárias em resultados práticos e mensuráveis.

Handwritten signatures and initials in the bottom right corner.

Proponente: Empresa 5 - Fazenda

Data: 23-01-2026

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Nota atribuída (média): / 10 pontos

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Siva

A empresa demonstra vasto leque de profissionais, com tempo de experiência profissional em atividades publicitárias, desta forma, alcançando a pontuação máxima nesse quesito. As instalações, infraestrutura e recursos materiais são ótimas, assim como as informações de comunicação disponibilizadas ao Poder Executivo, mas a operacionalidade do relacionamento com o Poder Executivo foi considerada boa em função do prazo para atendimento das demandas.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A proponente apresenta uma estrutura operacional condizente com as exigências do edital, amparada por profissionais com experiência de mercado e ferramentas eficazes para o suporte a decisões estratégicas do município. Contudo, a avaliação aponta oportunidades de melhoria na composição do corpo profissional, especialmente na área de criação, onde se observa uma lacuna em termos de formação acadêmica especializada. Além disso, embora a metodologia de relacionamento e os prazos estejam em conformidade, a proposta carece de detalhamento quanto à exclusividade da equipe de atendimento e à disponibilidade para suporte presencial, elementos cruciais para a agilidade das demandas do Poder Executivo.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

A empresa demonstrou desempenho ótimo quanto ao tempo de experiência profissional em atividades publicitárias, à qualificação dos profissionais responsáveis pela execução do contrato, à adequação das instalações, infraestrutura e recursos materiais, bem como às informações de comunicação disponibilizadas ao Poder Executivo. A operacionalidade do relacionamento com o Poder Executivo foi avaliada como boa, em função da previsão de SLA mais elevado para a produção de peças, o que pode impactar os prazos de atendimento às demandas.

REPERTÓRIO

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Siva

A empresa apresentou pertinente com as necessidades do Executivo, mas foi considerada boa com relação à criatividade das peças, sem soluções inovadoras e sem destacar peculiaridades locais para cada um dos cases apresentados. A qualidade da execução, acabamento e simplicidade da forma de apresentação das publicidades foi excelente.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

No que tange ao repertório, a empresa demonstrou competência técnica ao apresentar um conjunto de peças que atendem aos critérios de pertinência e afinidade institucional. A qualidade da execução e o acabamento das campanhas exibidas refletem um padrão satisfatório de entrega, mantendo uma simplicidade na forma de apresentação que facilita a compreensão das mensagens. As ideias criativas demonstradas guardam coerência com os objetos analisados, cumprindo os requisitos básicos previstos para o certame.

Handwritten signatures and initials in the bottom right corner.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

Quanto ao repertório, a empresa obteve avaliação ótima em pertinência e adequação ao perfil de comunicação do Poder Executivo Municipal. A ideia criativa foi avaliada como boa, por apresentar abordagem mais convencional. Os quesitos qualidade de execução e simplicidade da forma receberam avaliação ótima.

RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS (CASES)

AVALIADOR(A): Pedro Brasil Siva


A empresa apresentou resultados relevantes, com clareza e lógica das exposições publicitárias, com evidência de planejamento publicitário e consistência entre os problemas apresentados e as soluções de comunicação.

AVALIADOR(A): Marcelo Souza Coelho

A agência logrou êxito na exposição de seus cases, evidenciando um planejamento publicitário estruturado e soluções consistentes para os desafios propostos. Os resultados apresentados mostram-se relevantes, com destaque para a eficácia na captação de público no case do Restaurante Popular e no aumento do awareness na campanha de combate à violência contra a mulher. A clareza e a lógica da exposição reforçam a capacidade da proponente em diagnosticar problemas e converter estratégias em ações de comunicação que atendem às expectativas de retorno social e institucional.

AVALIADOR(A): Mariana Zibordi Pelegrini

Nos cases apresentados, a empresa obteve avaliação ótima em todos os quesitos analisados, incluindo relevância dos resultados apresentados, clareza e lógica da exposição, evidência de planejamento publicitário e consistência entre o problema identificado e a solução proposta.



ANEXO V

TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE - 20 (VINTE) PONTOS A SEREM DISTRIBUÍDOS CONFORME TABELA ABAIXO:

19,4

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
Capacidade de Atendimento	Tempo de experiência profissional em atividades publicitárias dos profissionais envolvidos, sendo computado, para efeito de pontuação, os 05 (cinco) melhor avaliados.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Qualidade dos profissionais que ficarão responsáveis pela execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Adequação das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão disponíveis durante a execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do Poder Executivo Municipal sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0

MD

Operacionalidade do relacionamento entre o Poder Executivo Municipal e o proponente.	ANEXO IV 2	Ótimo	2,0	X
		Bom	1,6	
		Regular	1,2	
		Não atendeu	0	
		Não apresentou	0	
Pontuação máxima Capacidade de Atendimento: 10 pontos				

REPERTÓRIO					
Repertório	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação do Poder Executivo Municipal	2	Ótimo	2,0	X
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Ideia criativa.	1	Ótimo	1,0	
			Bom	0,8	X
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Qualidade da execução e acabamento	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta	1	Ótimo	1,0	
			Bom	0,8	X
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Repertório: 5 pontos					

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
---------	-----------------	----------------------------	-----------	--------------------

Handwritten signature

2

Resolução de Problemas (cases)	Relevância dos resultados apresentados.	2 ANEXO IV	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Clareza e lógica da exposição.	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Evidência de planejamento Publicitário.	1	Ótimo	2,0	X
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Resolução de Problemas (cases): 05 pontos					

5

122

ANEXO V

TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE - 20 (VINTE) PONTOS A SEREM DISTRIBUÍDOS CONFORME TABELA ABAIXO:

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
Capacidade de Atendimento	Tempo de experiência profissional em atividades publicitárias dos profissionais envolvidos, sendo computado, para efeito de pontuação, os 05 (cinco) melhor avaliados.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Qualidade dos profissionais que ficarão responsáveis pela execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Adequação das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão disponíveis durante a execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do Poder Executivo Municipal sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.	2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2 X
			Não atendeu	0 1,2
			Não apresentou	0

9,8

MA

	Operacionalidade do relacionamento entre o Poder Executivo Municipal e o proponente.	ANEXO IV 2	Ótimo	2,0	X
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Capacidade de Atendimento: 10 pontos					

REPERTÓRIO					
Repertório	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação do Poder Executivo Municipal	2	Ótimo	2,0	X
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Ideia criativa.	1	Ótimo	1,0	
			Bom	0,8	X
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Qualidade da execução e acabamento	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Repertório: 5 pontos					

4,8

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
---------	-----------------	----------------------------	-----------	--------------------

no

Resolução de Problemas (cases)	Relevância dos resultados apresentados.	2 ANEXO IV	Ótimo	1,0	
			Bom	0,8	X
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Clareza e lógica da exposição.	1	Ótimo	1,0	
			Bom	0,8	X
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Evidência de planejamento Publicitário.	1	Ótimo	2,0	
			Bom	1,6	X
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1	Ótimo	1,0	
			Bom	0,8	X
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Resolução de Problemas (cases): 05 pontos					

4

Handwritten signature

ANEXO V

TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE - 20 (VINTE) PONTOS A SEREM DISTRIBUÍDOS CONFORME TABELA ABAIXO:

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
Capacidade de Atendimento	Tempo de experiência profissional em atividades publicitárias dos profissionais envolvidos, sendo computado, para efeito de pontuação, os 05 (cinco) melhor avaliados.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Qualidade dos profissionais que ficarão responsáveis pela execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6 X
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Adequação das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão disponíveis durante a execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do Poder Executivo Municipal sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.	2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6 X
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0

9,2

me

Operacionalidade do relacionamento entre o Poder Executivo Municipal e o proponente.	ANEXO IV 2	Ótimo	2,0	X
		Bom	1,6	
		Regular	1,2	
		Não atendeu	0	
		Não apresentou	0	
Pontuação máxima Capacidade de Atendimento: 10 pontos				

REPERTÓRIO					
Repertório	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação do Poder Executivo Municipal	2	Ótimo	2,0	
			Bom	1,6	X
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Ideia criativa	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Qualidade da execução e acabamento	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Repertório: 5 pontos					

4,6

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
---------	-----------------	----------------------------	-----------	--------------------

28

Resolução de Problemas (cases)	Relevância dos resultados apresentados.	2 ANEXO IV	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Clareza e lógica da exposição.	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Evidência de planejamento Publicitário.	1	Ótimo	2,0	X
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
Regular			0,6		
Não atendeu			0		
Não apresentou			0		
Pontuação máxima Resolução de Problemas (cases): 05 pontos					

5

100

ANEXO V

TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE - 20 (VINTE) PONTOS A SEREM DISTRIBUÍDOS CONFORME TABELA ABAIXO:

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
Capacidade de Atendimento	Tempo de experiência profissional em atividades publicitárias dos profissionais envolvidos, sendo computado, para efeito de pontuação, os 05 (cinco) melhor avaliados.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Qualidade dos profissionais que ficarão responsáveis pela execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6 X
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Adequação das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão disponíveis durante a execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do Poder Executivo Municipal sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0

BONS
SOFTWARES

no

Prefeitura		ANEXO IV	
Operacionalidade do relacionamento entre o Poder Executivo Municipal e o proponente.	2	Ótimo	2,0
		Bom	1,6 X
		Regular	1,2
		Não atendeu	0
		Não apresentou	0
Pontuação máxima Capacidade de Atendimento: 10 pontos			

9,2

REPERTÓRIO				
Repertório	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação do Poder Executivo Municipal	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Ideia criativa.	1	Ótimo	1,0 X
			Bom	0,8
			Regular	0,6
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Qualidade da execução e acabamento	1	Ótimo	1,0 X
			Bom	0,8
			Regular	0,6
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta	1	Ótimo	1,0 X
			Bom	0,8
			Regular	0,6
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
Pontuação máxima Repertório: 5 pontos				

5

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
---------	-----------------	----------------------------	-----------	--------------------

10

Resolução de Problemas (cases)	Relevância dos resultados apresentados.	2 ANEXO IV	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Clareza e lógica da exposição.	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Evidência de planejamento Publicitário.	1	Ótimo	2,0	X
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Resolução de Problemas (cases): 05 pontos					

9/1

5

100

ANEXO V

Empresa: *Brasil 84*
Fazenda
Comunidade

TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE - 20 (VINTE) PONTOS A SEREM DISTRIBUÍDOS CONFORME TABELA ABAIXO: *19,6*

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
Capacidade de Atendimento	Tempo de experiência profissional em atividades publicitárias dos profissionais envolvidos, sendo computado, para efeito de pontuação, os 05 (cinco) melhor avaliados.	2	Ótimo	2,0 <i>X</i>
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Qualidade dos profissionais que ficarão responsáveis pela execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6 <i>X</i>
			Regular	1,2 <i>X</i>
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Adequação das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão disponíveis durante a execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0 <i>X</i>
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do Poder Executivo Municipal sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.	2	Ótimo	2,0 <i>X</i>
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0

	Operacionalidade do relacionamento entre o Poder Executivo Municipal e o proponente,	ANEXO IV 2	Ótimo	2,0	X
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Capacidade de Atendimento: 10 pontos					
					9,6

REPERTÓRIO					
Repertório	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação do Poder Executivo Municipal	2	Ótimo	2,0	X
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Ideia criativa.	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Qualidade da execução e acabamento	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Repertório: 5 pontos					

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
---------	-----------------	----------------------------	-----------	--------------------

mde

Resolução de Problemas (cases)	Relevância dos resultados apresentados.	2 ANEXO IV	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Clareza e lógica da exposição.	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Evidência de planejamento Publicitário.	2	Ótimo	2,0	X
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
Regular			0,6		
Não atendeu			0		
Não apresentou			0		
Pontuação máxima Resolução de Problemas (cases): 05 pontos					

17/10

lume / Empresa 02

ANEXO V

TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE - 20 (VINTE) PONTOS A SEREM DISTRIBUÍDOS CONFORME TABELA ABAIXO: 19,8

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
Capacidade de Atendimento	Tempo de experiência profissional em atividades publicitárias dos profissionais envolvidos, sendo computado, para efeito de pontuação, os 05 (cinco) melhor avaliados.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Qualidade dos profissionais que ficarão responsáveis pela execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Adequação das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão disponíveis durante a execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do Poder Executivo Municipal sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0

19,8

Operacionalidade do relacionamento entre o Poder Executivo Municipal e o proponente.	ANEXO IV 2	Ótimo	2,0	X
		Bom	1,6	
		Regular	1,2	
		Não atendeu	0	
		Não apresentou	0	
Pontuação máxima Capacidade de Atendimento: 10 pontos				

REPERTÓRIO					
Repertório	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação do Poder Executivo Municipal	2	Ótimo	2,0	X
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Ideia criativa.	1	Ótimo	1,0	
			Bom	0,8	X
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Qualidade da execução e acabamento	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Repertório: 5 pontos				4,8	

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
---------	-----------------	----------------------------	-----------	--------------------

MEX

Resolução de Problemas (cases)	Relevância dos resultados apresentados.	2 ANEXO IV	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Clareza e lógica da exposição.	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Evidência de planejamento Publicitário.	1	Ótimo	2,0	X
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Resolução de Problemas (cases): 05 pontos					5

Assinatura

TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE - 20 (VINTE) PONTOS A SEREM DISTRIBUÍDOS CONFORME TABELA ABAIXO:

17,6

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
Capacidade de Atendimento	Tempo de experiência profissional em atividades publicitárias dos profissionais envolvidos, sendo computado, para efeito de pontuação, os 05 (cinco) melhor avaliados.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Qualidade dos profissionais que ficarão responsáveis pela execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Adequação das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão disponíveis durante a execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do Poder Executivo Municipal sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.	2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6 X
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0

17,6

Prefeitura		ANEXO IV		
	Operacionalidade do relacionamento entre o Poder Executivo Municipal e o proponente.	ANEXO IV 2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6 X
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
Pontuação máxima Capacidade de Atendimento: 10 pontos			9,2	

REPERTÓRIO				
Repertório	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação do Poder Executivo Municipal	2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2 X
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Ideia criativa.	1	Ótimo	1,0 X
			Bom	0,8
			Regular	0,6
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Qualidade da execução e acabamento	1	Ótimo	1,0 X
			Bom	0,8
			Regular	0,6
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta	1	Ótimo	1,0 X
			Bom	0,8
			Regular	0,6
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
Pontuação máxima Repertório: 5 pontos				4,2

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
---------	-----------------	----------------------------	-----------	--------------------

Mde

Resolução de Problemas (cases)	Relevância dos resultados apresentados.	4 ANEXO IV	Ótimo	1,0	
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	X
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Clareza e lógica da exposição.	1	Ótimo	1,0	
			Bom	0,8	X
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Evidência de planejamento Publicitário.	2	Ótimo	2,0	X
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1	Ótimo	1,0	
			Bom	0,8	X
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Resolução de Problemas (cases): 05 pontos					4,2

TRX

ANEXO V

Empresa 4: Saques

TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE - 20 (VINTE) PONTOS A SEREM DISTRIBUÍDOS CONFORME TABELA ABAIXO:

18 pontos

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
Capacidade de Atendimento	Tempo de experiência profissional em atividades publicitárias dos profissionais envolvidos, sendo computado, para efeito de pontuação, os 05 (cinco) melhor avaliados.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Qualidade dos profissionais que ficarão responsáveis pela execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Adequação das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão disponíveis durante a execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do Poder Executivo Municipal sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.	2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6 X
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0

me

Operacionalidade do relacionamento entre o Poder Executivo Municipal e o proponente.	ANEXO IV 2	Ótimo	2,0
		Bom	1,6
		Regular	1,2 X
		Não atendeu	0
		Não apresentou	0
Pontuação máxima Capacidade de Atendimento: 10 pontos		8,8	

REPERTÓRIO				
Repertório	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação do Poder Executivo Municipal	2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2 X
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Ideia criativa.	1	Ótimo	1,0 X
			Bom	0,8
			Regular	0,6
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Qualidade da execução e acabamento	1	Ótimo	1,0 X
			Bom	0,8
			Regular	0,6
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta	1	Ótimo	1,0 X
			Bom	0,8
			Regular	0,6
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
Pontuação máxima Repertório: 5 pontos				4,2

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
---------	-----------------	----------------------------	-----------	--------------------

178

Resolução de Problemas (cases)	Relevância dos resultados apresentados.	1 ANEXO IV	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Clareza e lógica da exposição.	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Evidência de planejamento Publicitário.	2	Ótimo	2,0	X
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Resolução de Problemas (cases): 05 pontos					
5 pontos					

1180

ANEXO V

TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

Empresa 5: Fazenda

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE - 20 (VINTE) PONTOS A SEREM DISTRIBUÍDOS CONFORME TABELA ABAIXO:

19,4

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
Capacidade de Atendimento	Tempo de experiência profissional em atividades publicitárias dos profissionais envolvidos, sendo computado, para efeito de pontuação, os 05 (cinco) melhor avaliados.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Qualidade dos profissionais que ficarão responsáveis pela execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Adequação das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão disponíveis durante a execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do Poder Executivo Municipal sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0

Ass

	Operacionalidade do relacionamento entre o Poder Executivo Municipal e o proponente.	ANEXO IV 2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6 X
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
Pontuação máxima Capacidade de Atendimento: 10 pontos			9,6	

REPERTÓRIO					
Repertório	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação do Poder Executivo Municipal	2	Ótimo	2,0	X
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Ideia criativa,	1	Ótimo	1,0	
			Bom	0,8	X
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Qualidade da execução e acabamento	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Repertório: 5 pontos					4,8

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
---------	-----------------	----------------------------	-----------	--------------------

170

Resolução de Problemas (cases)	Relevância dos resultados apresentados.	2 ANEXO IV	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Clareza e lógica da exposição.	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Evidência de planejamento Publicitário.	1	Ótimo	2,0	X
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1	Ótimo	1,0	X
			Bom	0,8	
Regular			0,6		
Não atendeu			0		
Não apresentou			0		
Pontuação máxima Resolução de Problemas (cases): 05 pontos					

11/15

Padre Brasil



84
Brasil Paulo de Faria

ANEXO V

TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE - 20 (VINTE) PONTOS A SEREM DISTRIBUÍDOS CONFORME TABELA ABAIXO:

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
Capacidade de Atendimento	Tempo de experiência profissional em atividades publicitárias dos profissionais envolvidos, sendo computado, para efeito de pontuação, os 05 (cinco) melhor avaliados.	2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Qualidade dos profissionais que ficarão responsáveis pela execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Adequação das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão disponíveis durante a execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do Poder Executivo Municipal sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.	2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0

NP

	Operacionalidade do relacionamento entre o Poder Executivo Municipal e o proponente.	ANEXO IV 2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
Pontuação máxima Capacidade de Atendimento: 10 pontos				

3,6

REPERTÓRIO				
Repertório	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação do Poder Executivo Municipal	2	Ótimo	2,0 X
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Ideia criativa.	1	Ótimo	1,0
			Bom	0,8
			Regular	0,6
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Qualidade da execução e acabamento	1	Ótimo	1,0 X
			Bom	0,8
			Regular	0,6
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta	1	Ótimo	1,0 X
			Bom	0,8
			Regular	0,6
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
Pontuação máxima Repertório: 5 pontos				

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
---------	-----------------	----------------------------	-----------	--------------------

12

Resolução de Problemas (cases)	Relevância dos resultados apresentados.	2 ANEXO IV	Ótimo	1,0	
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Clareza e lógica da exposição.	1	Ótimo	1,0	
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Evidência de planejamento Publicitário.	1	Ótimo	2,0	x
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1	Ótimo	1,0	
			Bom	0,8	
Regular			0,6		
Não atendeu			0		
Não apresentou			0		
Pontuação máxima Resolução de Problemas (cases): 05 pontos					

vto

ANEXO V

TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE - 20 (VINTE) PONTOS A SEREM DISTRIBUÍDOS CONFORME TABELA ABAIXO:

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
Capacidade de Atendimento	Tempo de experiência profissional em atividades publicitárias dos profissionais envolvidos, sendo computado, para efeito de pontuação, os 05 (cinco) melhor avaliados.	2	Ótimo	2,0 2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Qualidade dos profissionais que ficarão responsáveis pela execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0 2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Adequação das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão disponíveis durante a execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0 2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do Poder Executivo Municipal sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.	2	Ótimo	2,0 2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0

Operacionalidade do relacionamento entre o Poder Executivo Municipal e o proponente:	ANEXO IV 2	Ótimo	2,0	2,0
		Bom	1,6	
		Regular	1,2	
		Não atendeu	0	
		Não apresentou	0	
Pontuação máxima Capacidade de Atendimento: 10 pontos				

REPERTÓRIO					
Repertório	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação do Poder Executivo Municipal	2	Ótimo	2,0	2
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Ideia criativa.	1	Ótimo	1,0	1
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Qualidade da execução e acabamento	1	Ótimo	1,0	1
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta	1	Ótimo	1,0	1
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Repertório: 5 pontos					

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
---------	-----------------	----------------------------	-----------	--------------------

Resolução de Problemas (cases)	Relevância dos resultados apresentados.	2 ANEXO IV	Ótimo	1,0	1
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Clareza e lógica da exposição.	1	Ótimo	1,0	1
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Evidência de planejamento Publicitário.	1	Ótimo	2,0	2
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1	Ótimo	1,0	1
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Resolução de Problemas (cases): 05 pontos					

Pedro Brasil
60

ANEXO V

TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE - 20 (VINTE) PONTOS A SEREM DISTRIBUÍDOS CONFORME TABELA ABAIXO:

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
Capacidade de Atendimento	Tempo de experiência profissional em atividades publicitárias dos profissionais envolvidos, sendo computado, para efeito de pontuação, os 05 (cinco) melhor avaliados,	2	Ótimo	2,0 2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Qualidade dos profissionais que ficarão responsáveis pela execução do Contrato,	2	Ótimo	2,0 2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Adequação das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão disponíveis durante a execução do Contrato,	2	Ótimo	2,0 2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do Poder Executivo Municipal sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato,	2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6 1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0

MS

	Operacionalidade do relacionamento entre o Poder Executivo Municipal e o proponente.	ANEXO IV 2	Ótimo	2,0	2
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Capacidade de Atendimento: 10 pontos					

REPERTÓRIO					
Repertório	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação do Poder Executivo Municipal	2	Ótimo	2,0	2
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Ideia criativa.	1	Ótimo	1,0	
			Bom	0,8	0,8
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Qualidade da execução e acabamento	1	Ótimo	1,0	1
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta	1	Ótimo	1,0	1
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Repertório: 5 pontos					

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
---------	-----------------	----------------------------	-----------	--------------------

119

Resolução de Problemas (cases)	Relevância dos resultados apresentados.	2 ANEXO IV	Ótimo	1,0	+
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Clareza e lógica da exposição.	1	Ótimo	1,0	+
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Evidência de planejamento Publicitário.	1	Ótimo	2,0	2
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1	Ótimo	1,0	+
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Resolução de Problemas (cases): 05 pontos					

[Handwritten Signature]

ANEXO V

TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE - 20 (VINTE) PONTOS A SEREM DISTRIBUÍDOS CONFORME TABELA ABAIXO:

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
Capacidade de Atendimento	Tempo de experiência profissional em atividades publicitárias dos profissionais envolvidos, sendo computado, para efeito de pontuação, os 05 (cinco) melhor avaliados.	2	Ótimo	2,0 2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Qualidade dos profissionais que ficarão responsáveis pela execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0 2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Adequação das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão disponíveis durante a execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6 1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do Poder Executivo Municipal sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.	2	Ótimo	2,0 2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0

	Operacionalidade do relacionamento entre o Poder Executivo Municipal e o proponente.	ANEXO IV 2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
Pontuação máxima Capacidade de Atendimento: 10 pontos				

REPERTÓRIO					
Repertório	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação do Poder Executivo Municipal	2	Ótimo	2,0	2
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Ideia criativa.	1	Ótimo	1,0	1
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Qualidade da execução e acabamento	1	Ótimo	1,0	1
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta	1	Ótimo	1,0	1
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Repertório: 5 pontos					

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
---------	-----------------	----------------------------	-----------	--------------------

ms

Resolução de Problemas (cases)	Relevância dos resultados apresentados.	2 ANEXO IV	Ótimo	1,0	1
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Clareza e lógica da exposição.	1	Ótimo	1,0	1
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Evidência de planejamento Publicitário.	2	Ótimo	2,0	2
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1	Ótimo	1,0	1
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Resolução de Problemas (cases): 05 pontos					

[Handwritten signature]

ANEXO V

TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE - 20 (VINTE) PONTOS A SEREM DISTRIBUÍDOS CONFORME TABELA ABAIXO:

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
Capacidade de Atendimento	Tempo de experiência profissional em atividades publicitárias dos profissionais envolvidos, sendo computado, para efeito de pontuação, os 05 (cinco) melhor avaliados.	2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Qualidade dos profissionais que ficarão responsáveis pela execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Adequação das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão disponíveis durante a execução do Contrato.	2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
	Informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do Poder Executivo Municipal sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.	2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0

	Operacionalidade do relacionamento entre o Poder Executivo Municipal e o proponente.	ANEXO IV 2	Ótimo	2,0
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não atendeu	0
			Não apresentou	0
Pontuação máxima Capacidade de Atendimento: 10 pontos			9,6	

REPERTÓRIO					
Repertório	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação do Poder Executivo Municipal	2	Ótimo	2,0	
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Ideia criativa.	1	Ótimo	1,0	
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Qualidade da execução e acabamento	1	Ótimo	1,0	
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta	1	Ótimo	1,0	
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Repertório: 5 pontos				4,8	

QUESITO	ITENS AVALIADOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA DOS ITENS	PARÂMETRO	VALOR DO PARÂMETRO
---------	-----------------	----------------------------	-----------	--------------------

Resolução de Problemas (cases)	Relevância dos resultados apresentados.	1 ANEXO IV	Ótimo	1,0	2
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Clareza e lógica da exposição.	1	Ótimo	1,0	1
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Evidência de planejamento Publicitário.	2	Ótimo	2,0	2
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1	Ótimo	1,0	1
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não atendeu	0	
			Não apresentou	0	
Pontuação máxima Resolução de Problemas (cases): 05 pontos					

Vno