

QUESITOS/	ASPECTOS AVALIADOS	PONTOS (MÁXIMOS TOTAL)
1) Raciocínio Básico- PONTOS (máximo 20)		
Texto de até 02 laudas em que a Licitante explicita seu conhecimento geral sobre do Município de Matos Costa/SC e entendimento.	a) Das características do Município de Matos Costa/SC e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	5
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Matos Costa/SC com seus públicos.	5
	c) Do papel do Município de Matos Costa/SC no atual contexto social, político e econômico.	5
	SUBTOTAL	15
2) Estratégia de Comunicação PONTOS (máximo 20)		
Texto de até 04 laudas em que a Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação do Município de Matos Costa/SC.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas do Município de Matos Costa/SC, conforme briefing.	3
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	3
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município de Matos Costa/SC com seus públicos.	3
	d) Adequação da estratégia de Comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Matos Costa/SC.	3
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3
	SUBTOTAL	15
3) Idéia Criativa-PONTOS(máximo 20)		
Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob a forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da prefeitura do Município de Matos Costa/SC.	2
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da prefeitura do Município de Matos Costa/SC.	2
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações	2
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: Sua pertinência à atividade desenvolvida pelo Município de Matos Costa/SC e sua inserção na sociedade. Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas	2
	f) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	2
	SUBTOTAL	12
4) Estratégia de Mídia-PONTOS(máximo 20)		
Texto de até 04 laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.	2
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.	2
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Matos Costa/SC.	3
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2
	SUBTOTAL	13

QUESITOS/	ASPECTOS AVALIADOS	PONTOS (MÁXIMOS TOTAL)
1) Raciocínio Básico- PONTOS (máximo 20)		
Texto de até 02 laudas em que a Licitante explicita seu conhecimento geral sobre do Município de Matos Costa/SC e entendimento.	a) Das características do Município de Matos Costa/SC e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	5
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Matos Costa/SC com seus públicos.	5
	c) Do papel do Município de Matos Costa/SC no atual contexto social, político e econômico.	5
	SUBTOTAL	15
2) Estratégia de Comunicação PONTOS (máximo 20)		
Texto de até 04 laudas em que a Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação do Município de Matos Costa\SC.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas do Município de Matos Costa/SC, conforme briefing.	3
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	3
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município de Matos Costa/SC com seus públicos.	3
	d) Adequação da estratégia de Comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Matos Costa/SC.	3
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3
SUBTOTAL		15
3) Idéia Criativa-PONTOS(máximo 20)		
Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob a forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da prefeitura do Município de Matos Costa\SC.	2
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da prefeitura do Município de Matos Costa\SC.	2
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações	2
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: Sua pertinência à atividade desenvolvida pelo Município de Matos Costa\SC e sua inserção na sociedade	2
	Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas	2
	f) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	2
SUBTOTAL		12
4) Estratégia de Mídia-PONTOS(máximo 20)		
Texto de até 04 laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.	2
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.	2
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Matos Costa\SC.	3
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2
SUBTOTAL		13

Proposta C

QUESITOS/	ASPECTOS AVALIADOS	PONTOS (MÁXIMOS TOTAL)
1) Raciocínio Básico- PONTOS (máximo 20)		
Texto de até 02 laudas em que a Licitante explicita seu conhecimento geral sobre do Município de Matos Costa/SC e entendimento.	a) Das características do Município de Matos Costa/SC e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	5
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Matos Costa/SC com seus públicos.	5
	c) Do papel do Município de Matos Costa/SC no atual contexto social, político e econômico.	5
	SUBTOTAL	15
2) Estratégia de Comunicação PONTOS (máximo 20)		
Texto de até 04 laudas em que a Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação do Município de Matos Costa\SC.	a) Adequação do conceito proposto à natureza qualificações e problemas do Município de Matos Costa/SC, conforme briefing.	3
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	3
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município de Matos Costa/SC com seus públicos.	3
	d) Adequação da estratégia de Comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Matos Costa/SC.	3
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3
SUBTOTAL	15	
3) Idéia Criativa-PONTOS(máximo 20)		
Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob a forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da prefeitura do Município de Matos Costa\SC.	2
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da prefeitura do Município de Matos Costa\SC.	2
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações	2
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: Sua pertinência à atividade desenvolvida pelo Município de Matos Costa\SC e sua inserção na sociedade Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas	2
	f) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	2
SUBTOTAL	12	
4) Estratégia de Mídia-PONTOS(máximo 20)		
Texto de até 04 laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.	2
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.	2
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Matos Costa\SC.	3
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2
SUBTOTAL	13	

D

Proposta 1

QUESITOS/	ASPECTOS AVALIADOS	PONTOS (MÁXIMOS TOTAL)
1) Raciocínio Básico- PONTOS (máximo 20)		
Texto de até 02 laudas em que a Licitante explicita seu conhecimento geral sobre do Município de Matos Costa/SC e entendimento.	a) Das características do Município de Matos Costa/SC e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	5
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Matos Costa/SC com seus públicos.	5
	c) Do papel do Município de Matos Costa/SC no atual contexto social, político e econômico.	5
	SUBTOTAL	15
2) Estratégia de Comunicação PONTOS (máximo 20)		
Texto de até 04 laudas em que a Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação do Município de Matos Costa/SC.	a) Adequação do conceito proposto à natureza qualificações e problemas do Município de Matos Costa/SC, conforme briefing.	3
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	3
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação do Município de Matos Costa/SC com seus públicos.	3
	d) Adequação da estratégia de Comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação do Município de Matos Costa/SC.	3
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3
	SUBTOTAL	15
3) Idéia Criativa-PONTOS(máximo 20)		
Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob a forma de redução de mensagem.	a) Adequação ao problema específico de comunicação da prefeitura do Município de Matos Costa/SC.	2
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da prefeitura do Município de Matos Costa/SC.	2
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações	2
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: Sua pertinência à atividade desenvolvida pelo Município de Matos Costa/SC e sua inserção na sociedade	2
	f) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	2
	SUBTOTAL	12
4) Estratégia de Mídia-PONTOS(máximo 20)		
Texto de até 04 laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.	2
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.	2
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Matos Costa/SC.	3
	e) Econômidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2
	SUBTOTAL	13

Juarez Waldner