

ENVELOPE C: Nº: TEMPERO

QUESITOS/	ASPECTOS AVALIADOS	PONTOS (MÁXIMOS TOTAL)
Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; Infraestrutura, recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	a) Adequação das qualificações a Estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros.	0,5
	b) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato.	1,0
	c) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente a disposição da do Município de Matos Costa/SC, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	0,5
	d) A operacionalidade do relacionamento entre a do Município de Matos Costa/SC e a Licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta	0,5
<b>SUBTOTAL (máximo 05)</b>		2,5
Relação de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe a resolver, com fichas técnicas que informem título, data de produção e período.	a) ideia criativa e sua pertinência	0,5
	b) Clareza da exposição do problema publicitário	0,5
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1,0
	d) Relevância dos resultados apresentados.	1,0
	e) Qualidade da execução do acabamento.	0,5
<b>SUBTOTAL (máximo 10)</b>		3,5
Case histories formalmente referendado pelos respectivos anunciantes	a) Concatenação lógica da exposição.	0,5
	b) Evidência de planejamento publicitário	1,0
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	0,5
	d) Relevancia dos resultados apresentados	1,0
<b>SUBTOTAL (máximo 05)</b>		3,0

TEMPEROL

ENVELOPE C: N°: \_\_\_\_\_

QUESITOS/	ASPECTOS AVALIADOS	PONTOS (MÁXIMOS TOTAL)
Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; Infraestrutura, recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	a) Adequação das qualificações a Estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros.	7,5
	b) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato.	0,5
	c) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente a disposição da do Município de Matos Costa/SC, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	7,5
	d) A operacionalidade do relacionamento entre a do Município de Matos Costa/SC e a Licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta	0,5
SUBTOTAL (máximo 05)		
Relação de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe a resolver, com fichas técnicas que informem título, data de produção e período.	a) ideia criativa e sua pertinência	2
	b) Clareza da exposição do problema publicitário	2,5
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	7
	d) Relevância dos resultados apresentados.	2,5
	e) Qualidade da execução do acabamento.	0,5
SUBTOTAL (máximo 10)		8,5
Case histories formalmente referendado pelos respectivos anunciantes	a) Concatenação lógica da exposição.	0,5
	b) Evidência de planejamento publicitário	0,5
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	0,5
	d) Relevância dos resultados apresentados	0,5
SUBTOTAL (máximo 05)		2

ENVELOPE C: N°: TEMPERO

QUESITOS/	ASPECTOS AVALIADOS	PONTOS (MÁXIMOS TOTAL)
Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; Infraestrutura, recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	a) Adequação das qualificações à Estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros.	1,2
	b) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato.	0,8
	c) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente a disposição da do Município de Matos Costa/SC, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	0,5
	d) A operacionalidade do relacionamento entre a do Município de Matos Costa/SC e a Licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta	0,5
<b>SUBTOTAL (máximo 05)</b>		<b>3</b>
Relação de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe a resolver, com fichas técnicas que informem título, data de produção e período .	a) ideia criativa e sua pertinência	3
	b) Clareza da exposição do problema publicitário	2
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1,2
	d) Relevância dos resultados apresentados.	0,8
	e) Qualidade da execução do acabamento.	0,5
<b>SUBTOTAL (máximo 10)</b>		<b>7,5</b>
Case histories formalmente referendado pelos respectivos anunciantes	a) Concatenação lógica da exposição.	0,5
	b) Evidência de planejamento publicitário	0,5
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	0,2
	d) Relevância dos resultados apresentados	0,3
<b>SUBTOTAL (máximo 05)</b>		<b>1,5</b>

ENVELOPE C: Nº: Tempos Propaganda

QUESITOS/	ASPECTOS AVALIADOS	PONTOS (MÁXIMOS TOTAL)
Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; Infraestrutura, recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	a) Adequação das qualificações à Estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros.	1
	b) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato.	1
	c) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente a disposição da do Município de Matos Costa/SC, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	1
	d) A operacionalidade do relacionamento entre a do Município de Matos Costa/SC e a Licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta	1,5
<b>SUBTOTAL (máximo 05)</b>		<b>4,5</b>
Relação de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe a resolver, com fichas técnicas que informem título, data de produção e período .	a) ideia criativa e sua pertinência	2
	b) Clareza da exposição do problema publicitário	2
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	2
	d) Relevância dos resultados apresentados	2
	e) Qualidade da execução do acabamento.	1
<b>SUBTOTAL (máximo 10)</b>		<b>9</b>
Case histories formalmente referendado pelos respectivos anunciantes	a) Concatenação lógica da exposição.	1
	b) Evidência de planejamento publicitário	1
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1
	d) Relevância dos resultados apresentados	1
<b>SUBTOTAL (máximo 05)</b>		<b>4</b>

*Luiz Roberto*