



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARANAÍTA

ESTADO DE MATO GROSSO

CNPJ 03.239.043/0001-12



A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada atribuindo aos quesitos ou subquesitos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO - Texto de até 8 páginas em que o licitante explicita seu conhecimento sobre a PREFEITURA MUNICIPAL DE PARANAÍTA/MT.	a) Das funções e do papel da CONTRATANTE nos contexto social, político e econômico (0 a 5 pontos)
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos (0 a 2 pontos)
	c) Das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária (0 a 3 pontos)
	d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação (0 a 2 pontos)
	e) do(s) desafio (s) ou do(s) problema(S), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela Contratante (0 a 1 ponto)
	f) das necessidades de comunicação da Contratante para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema (s) (0 a 2 pontos)
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 15 PONTOS)	
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO - Texto de até 8 páginas em que o Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE PARANAÍTA/MT. Devera conter no mínimo 25 (vinte e cinco) linhas e não poderá exceder a 50 (cinquenta) linhas.	a) A adequação do partido temático e do conceito proposto à natureza e à qualificação da Contratante e seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação (0 a 6 pontos)
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa do partido temático e do conceito propostos (0 a 2 pontos)
	c) A riqueza de desdobramentos positivos dos conceitos para a comunicação da Contratante com seus públicos (0 2 pontos)
	d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE PARANAÍTA/MT (0 a 5 pontos)
	e) A consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta (0 a 3 pontos)
	f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Contratante, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e as metas por ele desejadas e a verba disponível (0 a 2 pontos)
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 20 PONTOS)	
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARANAÍTA

ESTADO DE MATO GROSSO

CNPJ 03.239.043/0001-12



3 - IDEIA CRIATIVA Síntese de estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem. Limitado a 10 peças.	a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação apresentado no Briefing (0 a 3 pontos)
	b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante (0 a 2 pontos)
	c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo (0 a 3 pontos)
	d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (0 a 3 pontos)
	e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem (0 a 2 pontos)
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta (0 a 3 pontos)
	f) Sua pertinência às atividades da Contratante e a sua inserção nos contextos social, político e econômico (0 a 2 pontos)
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados (0 a 2 pontos)
	h) A exequibilidade das peças e ou do material (0 a 2 pontos)
	i) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos (0 a 3 pontos)
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 25 PONTOS)	
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS
4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA Texto de até 4 páginas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários (0 a 3 pontos)
	b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos (0 a 2 pontos)
	c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores (0 a 2 pontos)
	d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Contratante (0 a 1 ponto)
	e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e ou do material (0 a 1 ponto)
	f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa (0 a 1 ponto)
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)	
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS
5 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (0 a 2 pontos)



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARANAÍTA

ESTADO DE MATO GROSSO

CNPJ 03.239.043/0001-12



Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para execução do contrato; infra-estrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (0 a 2 pontos)
	c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Contratante (0 a 3 pontos)
	d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (0 a 1 ponto)
	e) a operacionalidade do relacionamento entre a Contratante e a licitante, esquematizado na proposta (0 a 1 ponto)
	f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Contratante, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (0 a 1 ponto)
	SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS
6 - REPERTÓRIO - de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe a solucionar	a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (0 a 5 pontos)
	b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (0 a 3 pontos)
	c) A clareza da exposição das informações prestadas (0 a 2 pontos)
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)	
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em 02 páginas.	a) A evidência de planejamento publicitário (0 a 4 pontos)
	b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (0 a 3 pontos)
	c) a relevância dos resultados apresentados (0 a 2 pontos)
	d) Concatenação lógica da exposição (0 a 1 ponto)
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)	

- Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária
- Subquesito 1 - Raciocínio Básico

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação;



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARANAÍTA

ESTADO DE MATO GROSSO

CNPJ 03.239.043/0001-12



b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

- Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;

c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos;

d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;

e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.

- Subquesto 3 - Ideia Criativa

a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;

b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;

d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARANAÍTA

ESTADO DE MATO GROSSO

CNPJ 03.239.043/0001-12



e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos- alvo;

g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

- Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;

d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;

e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;

f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

- Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARANAÍTA

ESTADO DE MATO GROSSO

CNPJ 03.239.043/0001-12



- c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante;
- e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE.

- Quesito 3 - Repertório

- a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público- alvo e ao desafio de comunicação;
- b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;
- c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

- Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;
- b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

- a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação



PREFEITURA MUNICIPAL DE PARANAÍTA

ESTADO DE MATO GROSSO

CNPJ 03.239.043/0001-12



Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

b) não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;

c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 20.4 deste Edital.