

Parâmetros - Envelopes nº01	Pontuação	ENVELOPE A			ENVELOPE B			ENVELOPE C			ENVELOPE D			ENVELOPE E			ENVELOPE F							
		Julgador	Julgador	Julgador	Julgador	Julgador	Julgador	Julgador	Julgador	Julgador	Julgador	Julgador	Julgador	Julgador	Julgador	Julgador	Julgador	Julgador						
1.1.1. Raciocínio Básico – máximo de 10,0 (dez) pontos:	Valor Máximo:	Alessandra	Daniela	Vanda	Alessandra	Daniela	Vanda	Alessandra	Daniela	Vanda	Alessandra	Daniela	Vanda	Alessandra	Daniela	Vanda	Alessandra	Daniela	Vanda					
a) o papel e as atribuições do Ministério Público frente aos interesses da sociedade	2	2	2	2	2	2	2	1,5	1,5	1,5	1	1	1	1	1	1,5	1,5	1,5	1,5					
b) as características do Ministério Público do Estado da Bahia – MPBA – e de suas áreas de atuação	2	2	2	2	2	2	1,5	2	2	2	1,5	1	1,5	1	1	1	1	1	1					
c) a natureza, a extensão e a qualidade das relações do MPBA com seus públicos e com o público objeto da campanha	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1					
d) o problema específico de comunicação do MPBA	2	1,5	1,5	1,5	2	2	1,5	2	2	2	1	1	1,5	1	1	1	1	1	1					
e) os desafios, geral e específicos, de comunicação a serem enfrentados pelo MPBA	2	2	2	2	2	2	1,5	2	2	2	1,5	1,5	1,5	1	1	1	1	1	1					
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>9,5</b>	<b>9,5</b>	<b>9,5</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>8,5</b>	<b>9,50</b>	<b>9,5</b>	<b>9,5</b>	<b>9,5</b>	<b>9,50</b>	<b>7</b>	<b>6,5</b>	<b>7,5</b>	<b>7,00</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5,5</b>	<b>5,17</b>	<b>8</b>	<b>7,5</b>	<b>8</b>	<b>7,83</b>
<b>MÉDIA ARITIMÉTICA</b>																								
1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária – máximo de 15,0 (quinze) pontos:	Valor Máximo:	Alessandra	Daniela	Vanda	Alessandra	Daniela	Vanda	Alessandra	Daniela	Vanda	Alessandra	Daniela	Vanda	Alessandra	Daniela	Vanda	Alessandra	Daniela	Vanda					
a) a adequação do conceito proposto à natureza e à qualificação do MPBA e aos seus desafios, geral e específicos, de comunicação	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2,5	2,5	2,5	1,5	1,5	2	2	2	2					
b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do conceito e da estratégia de comunicação publicitária propostos	3	2,5	2,5	3	3	3	3	3	3	3	2,5	2	2,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5					
c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do MPBA com seu público alvo, objeto do Briefing	4	3,5	3,5	4	4	3,5	3,5	3	3	4	3	2,5	3	2	2	2	2	2	2					
d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios geral e específicos, de comunicação do MPBA para o segmento definido no Briefing	5	4,5	4,5	4,5	5	4,5	4,5	5	4	5	4,5	4,5	4,5	2,5	2	2	2	2	2					
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>13,5</b>	<b>13,5</b>	<b>14,5</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>14,33</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>15</b>	<b>14,00</b>	<b>12,5</b>	<b>11,5</b>	<b>12,5</b>	<b>12,17</b>	<b>7,5</b>	<b>7</b>	<b>7,5</b>	<b>7,33</b>	<b>8,5</b>	<b>8</b>	<b>8,5</b>	<b>8,33</b>
<b>MÉDIA ARITIMÉTICA</b>																								
1.1.3. Ideia Criativa – máximo de 20,0 (vinte) pontos:	Valor Máximo:	Alessandra	Daniela	Vanda	Alessandra	Daniela	Vanda	Alessandra	Daniela	Vanda	Alessandra	Daniela	Vanda	Alessandra	Daniela	Vanda	Alessandra	Daniela	Vanda					
a) a adequação da ideia ao problema específico de comunicação	2	1,5	1,5	1,5	2	2	2	2	2	2	1,5	1,5	1,5	1,5	1	1,5	1,5	1,5	1,5					
b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida para a proposta	3	2	3	3	3	3	2,5	3	3	3	2,5	2,5	3	3	2,5	3	3	3	3					
c) a originalidade da ideia	3	2	2	2,5	2,5	2,5	2,5	3	3	3	2,5	2	2,5	2	2	2,5	2	2	2,5					
d) os segmentos de público alcançados pela ideia	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1,5	1,5	2	1,5	1,5	2	2	2	2					
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta	2	2	2	2	1,5	1,5	1,5	2	2	2	2	1,5	2	2	2	2	2	2	2					
f) a pertinência da ideia às atividades do MPBA e à sua inserção nos contextos social, político e econômico	3	2,5	2,5	2,5	3	3	2,5	3	3	3	3	2	3	3	2,5	3	3	3	3					
g) a viabilidade das peças	3	2,5	2,5	2,5	3	3	3	2,5	2,5	3	2,5	2,5	2,5	3	3	3	3	3	3					
h) a compatibilidade da linguagem das peças utilizadas aos meios propostos	2	1,5	1,5	2	2	1,5	1,5	2	2	2	2	2	2	1,5	1,5	2	2	2	2					
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>18,5</b>	<b>17,5</b>	<b>18,33</b>	<b>19,5</b>	<b>19,5</b>	<b>20</b>	<b>19,67</b>	<b>17,5</b>	<b>15,5</b>	<b>18,5</b>	<b>17,17</b>	<b>17,5</b>	<b>16</b>	<b>19</b>	<b>17,50</b>	<b>13,5</b>	<b>12,5</b>	<b>14,5</b>	<b>13,50</b>
<b>MÉDIA ARITIMÉTICA</b>																								
1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia – máximo de 10,0 (dez) pontos:	Valor Máximo:	Alessandra	Daniela	Vanda	Alessandra	Daniela	Vanda	Alessandra	Daniela	Vanda	Alessandra	Daniela	Vanda	Alessandra	Daniela	Vanda	Alessandra	Daniela	Vanda					
a) o conhecimento dos hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação da campanha proposta	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1,5	2	2	2	2	2					
b) a capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia	2	2	2	2	2	2	2	2	1,5	2	2	2	2	1	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5					
c) a consistência do plano de mídia simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores	1	1	1	1	1	0,5	0,5	1	1	1	1	0,5	1	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5					
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do MPBA	2	2	2	1	2	2	1,5	2	2	2	2	2	2	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5					
e) a adequação da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano de mídia simulado de distribuição de peças	2	2	2	2	1,5	1,5	1,5	2	1,5	2	2	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5					
f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5					
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>9,5</b>	<b>9</b>	<b>8,5</b>	<b>9,00</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>9,67</b>	<b>9,5</b>	<b>8,5</b>	<b>9</b>	<b>9,00</b>	<b>6</b>	<b>7,5</b>	<b>7,5</b>	<b>7,00</b>	<b>5</b>	<b>5,5</b>	<b>4,5</b>	<b>5,00</b>
<b>MÉDIA ARITIMÉTICA</b>																								

Parâmetros - Envelopes nº 03	Pontuação	OBJECTIVA				OCP				SLA				ÚNICA				VIA MÍDIA				YAYÁ			
		Valor Máximo:	Alessandra	Daniela	Wanda	Alessandra	Daniela	Wanda	Alessandra	Daniela	Wanda	Alessandra	Daniela	Wanda	Alessandra	Daniela	Wanda	Alessandra	Daniela	Wanda	Alessandra	Daniela	Wanda	Alessandra	Daniela
<b>1.2 A capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes serão pontuados até o máximo de 15,0 (quinze) pontos, conforme os seguintes quesitos:</b>																									
a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado	3	3	3	3		2,5	2,5	2,5		3	3	3		2	2	2		2,5	2,5	2,5		1,5	1,5	1,5	
b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias	3	3	3	3		3	3	3		3	3	3		2	2	2		2,5	2,5	2,5		2	2	2	
c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do MPBA	2	2	2	2		2	2	2		2	2	2		1,5	1,5	1,5		2	2	2		1,5	1,5	1,5	
d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato	2	2	2	2		1,5	1,5	1,5		1,5	1,5	1,5		2	2	2		2	2	2		1,5	1,5	1,5	
e) a operacionalidade do relacionamento entre o MPBA e a licitante, esquematizado na proposta	2	2	2	2		1,5	1,5	1,5		2	2	2		2	2	2		1	1	1		2	2	2	
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 do MPBA, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato	3	3	3	3	MÉDIA ARITIMÉTICA	2	2	2	MÉDIA ARITIMÉTICA	2,5	2,5	2,5	MÉDIA ARITIMÉTICA	2,5	2,5	2,5	MÉDIA ARITIMÉTICA	2	2	2	MÉDIA ARITIMÉTICA	3	3	3	MÉDIA ARITIMÉTICA
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>15,00</b>	<b>12,5</b>	<b>12,5</b>	<b>12,5</b>	<b>12,50</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>14,00</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12,00</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12,00</b>	<b>11,5</b>	<b>11,5</b>	<b>11,5</b>	<b>11,50</b>
<b>1.3 O Repertório será pontuado até o máximo de 20,0 pontos, conforme os seguintes quesitos:</b>																									
a) a Ideia Criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver	7	6	6,5	6,5		5,5	5,5	6		7	6	7		7	7	7		6	6	6		6	6	6	
b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material	7	7	7	6,5		5,5	5,5	5,5		7	6	7		7	7	6,5		5,5	5,5	5,5		5,5	6	5,5	
c) a clareza da exposição das informações prestadas	6	5	5,5	5,5	MÉDIA ARITIMÉTICA	5	5	5	MÉDIA ARITIMÉTICA	5,5	6	6	MÉDIA ARITIMÉTICA	5,5	5,5	4,5	MÉDIA ARITIMÉTICA	4,5	4,5	4,5	MÉDIA ARITIMÉTICA	5	5	5	MÉDIA ARITIMÉTICA
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>18,5</b>	<b>18,50</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>16,5</b>	<b>16,17</b>	<b>19,5</b>	<b>18</b>	<b>20</b>	<b>19,17</b>	<b>19,5</b>	<b>19,5</b>	<b>18</b>	<b>19,00</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>16,00</b>	<b>16,5</b>	<b>17</b>	<b>16,5</b>	<b>16,67</b>
<b>1.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação serão pontuados até o máximo de 10,0 (dez) pontos, conforme os seguintes quesitos:</b>																									
a) a evidência de planejamento publicitário	3	3	3	3		2	2,5	2		3	3	3		3	3	3		3	3	2,5		3	2,5	2,5	
b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	2	2	2	1,5		1,5	1,5	1		1,5	1,5	1,5		2	2	2		1,5	1,5	1,5		2	2	2	
c) a relevância dos resultados apresentados	3	3	3	3		2	2	2		3	3	3		3	3	3		3	3	2		3	3	3	
d) a concatenação lógica da exposição	2	2	2	1,5	MÉDIA ARITIMÉTICA	2	1,5	1,5	MÉDIA ARITIMÉTICA	1,5	1,5	1,5	MÉDIA ARITIMÉTICA	2	2	2	MÉDIA ARITIMÉTICA	2	2	2	MÉDIA ARITIMÉTICA	2	2	2	MÉDIA ARITIMÉTICA
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>9,67</b>	<b>7,5</b>	<b>7,5</b>	<b>6,5</b>	<b>7,17</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9,00</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10,00</b>	<b>9,5</b>	<b>9,5</b>	<b>8</b>	<b>9,00</b>	<b>10</b>	<b>9,5</b>	<b>9,5</b>	<b>9,67</b>

23/08/2016

Daniela Cairo Santos de Freitas  
Coordenadora Técnica - MP/BA

Alessandra Costa Rangel  
Analista Técnica - MP/BA

Vanda Maria Amorim  
Coordenadora - DPE-BA



MINISTÉRIO PÚBLICO  
DO ESTADO DA BAHIA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2016 - SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

**AVALIAÇÃO TÉCNICA - ENVELOPE Nº 01 - VIA NÃO IDENTIFICADA**

	ENVELOPE A	ENVELOPE B	ENVELOPE C	ENVELOPE D	ENVELOPE E	ENVELOPE F
<b>RACIOCÍNIO BÁSICO (MÁX. 10 PTS)</b>	9,50	9,50	9,50	7,00	5,17	7,83
<b>ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (MÁX. 15 PTS)</b>	13,83	14,33	14,00	12,17	7,33	8,33
<b>IDEIA CRIATIVA (MÁX. 20 PTS)</b>	17,00	18,33	19,67	17,17	17,50	13,50
<b>ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (MÁX. 10 PTS)</b>	9,67	9,00	9,67	9,00	7,00	5,00
<b>TOTAL DE PONTOS</b>	<b>50,00</b>	<b>51,17</b>	<b>52,83</b>	<b>45,33</b>	<b>37,00</b>	<b>34,67</b>

Data: 23/08/2016

Daniela Cairo S. De Freitas  
MPBA

Alessandra Costa Rangel  
MPBA

Vanda Maria Amorim  
DPE/BA



MINISTÉRIO PÚBLICO  
DO ESTADO DA BAHIA

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2016 - SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**AVALIAÇÃO TÉCNICA - ENVELOPE Nº 03 - VIA IDENTIFICADA**

	OBJECTIVA	OCP	SLA	ÚNICA	VIA MÍDIA	YAYÁ
<b>CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (MÁX. 15 PTS)</b>	15,00	12,50	14,00	12,00	12,00	11,50
<b>REPERTÓRIO (MÁX. 20 PTS)</b>	18,50	16,17	19,17	19,00	16,00	16,67
<b>RELATOS DE SOLUÇÕES (MÁX. 10 PTS)</b>	9,67	7,17	9,00	10,00	9,00	9,67
<b>TOTAL DE PONTOS</b>	<b>43,17</b>	<b>35,83</b>	<b>42,17</b>	<b>41,00</b>	<b>37,00</b>	<b>37,83</b>

Data: 23/08/2016

Daniela Cairo S. De Freitas  
MPBA

Alessandra Costa Rangel  
MPBA

Vanda Maria Amorim  
DPE/BA