



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
COMISSÃO ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE LICITAÇÃO – CAEL

ATA DE SESSÃO PÚBLICA

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 001/2015

PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 70122229/2015

JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

Aos 15 (quinze) dias do mês de março de 2016, às 10:00h, reuniu-se a Comissão Administrativa Especial de Licitação da Superintendência Estadual de Comunicação Social - CAEL/SECOM, designada pela Portaria N.º 023-S, de 25/05/2015 e composta pelos servidores Luiz de Gonzaga Calil, Rogério Augusto Mendes de Mattos, Érico Sangiorgio, Ingrid Thereza Hollenstein Gomes e Marcus Antonio Delai, sob a presidência do primeiro, com objetivo de, conforme item 8.13 do edital, divulgar o resultado do julgamento das propostas técnicas, concernentes à CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 001/2015, cujo objeto é a contratação de agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade, para Órgãos e Entidades do Poder Executivo Estadual. Declarada aberta a sessão, foram divulgadas as notas do Conjunto de Informações do Proponente, dos 05 (cinco) lotes, conforme tabelas abaixo:

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES REFERENTE AO PROPONENTE

LOTE 01

LICITANTE	PONTUAÇÃO			
	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	REPERTÓRIO	SOLUÇÕES DE PROBELMAS	TOTAL
Artcom	13,80	11,40	4,00	29,20
Fire	12,00	11,90	4,26	28,16
MP	13,90	13,80	4,62	32,32
Ampla	13,70	12,98	4,50	31,18
DPZ	14,80	14,22	4,56	33,58
Fazenda	9,08	10,16	3,50	22,74
Teia	12,50	11,30	2,82	26,62
A4	13,30	14,10	4,68	32,08
Danza	13,10	10,88	4,62	28,60
Popcorn	11,20	11,44	3,78	26,42



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
COMISSÃO ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE LICITAÇÃO – CAEL

Nova/sb	14,10	10,78	3,70	28,58
---------	-------	-------	------	-------

LOTE 02

LICITANTE	PONTUAÇÃO			
	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	REPERTÓRIO	SOLUÇÕES DE PROBELMAS	TOTAL
Artcom	13,80	11,52	4,00	29,32
Fire	12,00	11,90	4,26	28,16
MP	13,90	13,80	4,62	32,32
Ampla	13,70	13,10	4,50	31,30
DPZ	14,80	14,22	4,56	33,58
Nacional	12,90	12,04	4,28	29,22
Fazenda	9,08	10,16	3,50	22,74
Teia	12,50	11,30	2,82	26,62
A4	13,30	14,10	4,68	32,08
Danza	13,10	11,00	4,62	28,72
Popcorn	11,20	11,44	3,78	26,42
Nova/sb	14,10	10,78	3,70	28,58

LOTE 03

LICITANTE	PONTUAÇÃO			
	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	REPERTÓRIO	SOLUÇÕES DE PROBELMAS	TOTAL
Artcom	13,80	11,40	4,00	29,20
Fire	12,00	11,90	4,26	28,16
MP	13,90	13,80	4,62	32,32
Ampla	13,70	12,98	4,50	31,18
DPZ	14,80	14,22	4,56	33,58
Fazenda	9,08	10,16	3,50	22,74
Teia	12,50	11,30	2,82	26,62
A4	13,30	14,10	4,68	32,08
Danza	13,10	10,88	4,62	28,60
SET	12,10	12,30	5,00	29,40
Prisma	11,80	10,70	3,70	26,20



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
COMISSÃO ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE LICITAÇÃO – CAEL

LOTE 04

LICITANTE	PONTUAÇÃO			
	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	REPERTÓRIO	SOLUÇÕES DE PROBELMAS	TOTAL
Artcom	13,80	11,40	4,00	29,20
Fire	12,00	11,90	4,26	28,16
MP	13,90	13,80	4,62	32,32
Ampla	13,70	12,98	4,50	31,18
Nacional	12,90	12,04	4,28	29,22
Fazenda	9,08	10,16	3,50	22,74
Teia	12,50	11,30	2,82	26,62
A4	13,30	14,10	4,68	32,08
Danza	13,10	10,88	4,62	28,60
Prisma	11,80	10,70	3,70	26,20

LOTE 05

LICITANTE	PONTUAÇÃO			
	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	REPERTÓRIO	SOLUÇÕES DE PROBELMAS	TOTAL
Artcom	13,80	11,28	4,00	29,08
Fire	12,00	13,78	4,48	30,26
MP	13,90	13,58	4,62	32,10
Ampla	13,70	12,34	4,50	30,54
Fazenda	9,08	9,80	3,50	22,38
SET	12,10	12,68	5,00	29,78
A4	13,30	12,98	4,60	30,88
Danza	13,10	11,48	4,62	29,20
Prisma	11,80	11,06	3,70	26,56

A seguir foram divulgadas as notas referentes à cada campanha indicada nos Envelope "A" – Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada), conforme apresentado a seguir:



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
COMISSÃO ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE LICITAÇÃO – CAEL

VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

LOTE 01

CAMPANHA	PONTUAÇÃO				
	RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	IDÉIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
1	8,06	6,26	11,18	8,06	33,56
2	9,46	8,86	25,94	11,30	55,56
3	7,46	7,78	23,20	11,20	49,64
4	7,90	7,38	17,38	10,70	43,36
5	8,26	8,36	24,06	12,10	52,78
6	8,48	7,56	21,36	9,42	46,82
7	6,60	4,90	10,02	6,60	28,12
8	7,30	7,16	11,08	6,70	32,24
9	8,80	7,96	15,52	8,98	41,26
10	7,88	7,06	13,30	6,70	34,94
11	8,20	8,06	24,26	11,70	52,22

Campanha 1: Beber e dirigir não tem graça. Tem consequências.

Campanha 2: Se você pensa na consequência não faz essa mistura.

Campanha 3: Quem toma todas acaba tomando a vida dos outro.

Campanha 4: Não dirigir depois de beber é uma questão de tomada de consciência.

Campanha 5: Não bebo quando dirijo. Não curto carona com quem bebeu. Não compartilho blitz da polícia.

Campanha 6: Beber e dirigir é uma combinação de risco.

Campanha 7: Diversão na vida é direção sem bebida.

Campanha 8: Não deixe o álcool guiar a sua vida.

Campanha 9: Você não é diferente de ninguém para dirigir depois de beber.

Campanha 10: Você também é responsável pela vida de quem está ao seu redor. Não deixe ninguém beber e dirigir, nem você.

Campanha 11: Beber e dirigir é interromper histórias de vida.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
COMISSÃO ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE LICITAÇÃO – CAEL

LOTE 02

CAMPANHA	PONTUAÇÃO				
	RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	IDÉIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
1	7,90	7,26	20,52	10,80	46,48
2	8,44	8,68	25,30	11,80	54,22
3	8,60	9,24	24,52	11,30	53,66
4	7,96	8,14	23,80	11,20	51,10
5	8,20	7,16	22,74	12,30	50,40
6	8,90	7,88	24,34	12,50	53,62
7	7,60	7,04	21,80	10,80	47,24
8	7,98	7,36	21,86	11,30	48,50
9	6,82	7,14	21,32	10,70	45,98
10	7,70	7,24	21,94	11,46	48,34
11	7,94	7,68	19,08	6,80	41,50
12	8,50	6,92	16,42	8,60	40,44

Campanha 1: A doação de órgãos parte de cada um.

Campanha 2: Muitas vidas cabem em um sim.

Campanha 3: Se você é doador de órgãos, deixe a sua família saber.

Campanha 4: Diga à sua família que você é doador de órgãos. Dê vida ao seu gesto.

Campanha 5: Quem doa transforma a perda em vários ganhos.

Campanha 6: Fale agora.

Campanha 7: A melhor forma de se ajudar a quem precisa de doação de órgãos.

Campanha 8: Seja doador de órgãos para a vida continuar. É só comunicar à sua família.

Campanha 9: Ser doador de órgãos é um papel de todos nós.

Campanha 10: Ciclo da vida: você doa, sua família consente e alguém nasce de novo.

Campanha 11: Uma atitude pela vida.

Campanha 12: Quando nasce um doador renasce uma vida.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
COMISSÃO ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE LICITAÇÃO – CAEL

LOTE 03

CAMPANHA	PONTUAÇÃO				
	RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	IDÉIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
1	6,42	7,46	22,06	8,80	44,74
2	6,78	7,38	22,42	9,84	46,42
3	7,46	7,46	23,28	10,80	49,00
4	7,54	8,30	22,52	11,70	50,06
5	7,64	7,82	22,00	10,46	47,92
6	7,58	7,24	21,16	10,80	46,78
7	8,42	8,00	22,66	10,58	49,66
8	7,34	7,34	22,58	10,86	48,12
9	8,22	7,62	24,26	12,20	52,30
10	8,00	7,20	23,06	10,90	49,16
11	7,50	6,82	20,82	10,76	45,90

Campanha 1: Escola Viva. Educação inovadora em tempo integral.

Campanha 2: Escola Viva, um novo modo de viver a escola.

Campanha 3: A Escola Viva está com matrículas e horizontes abertos para seu filho viver o sonho que escolher.

Campanha 4: Dê o play no seu projeto de vida.

Campanha 5: Venha para a Escola Viva e viva suas escolhas.

Campanha 6: A Escola Viva possibilita escolhas e crescimento.

Campanha 7: #vempraEscolaViva.

Campanha 8: Viva a Escola Viva.

Campanha 9: Não é pra saber quem você vai ser, mas para conhecer quem você já é.

Campanha 10: Escola Viva, sua escolha, sua escola.

Campanha 11: Na Escola Viva o estudante vive e realiza seu sonho.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
COMISSÃO ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE LICITAÇÃO – CAEL

LOTE 04

CAMPANHA	PONTUAÇÃO				
	RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	IDÉIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
1	7,36	7,60	21,48	10,52	46,96
2	8,86	7,88	23,82	12,20	52,76
3	7,60	7,58	23,48	11,40	50,06
4	7,58	7,30	21,82	11,10	47,80
5	7,52	6,60	20,80	11,00	45,92
6	8,30	7,94	17,58	9,10	42,92
7	7,30	7,24	18,82	8,50	41,86
8	7,30	6,92	13,76	6,90	34,88
9	7,94	7,60	23,50	12,00	51,04
10	6,98	6,70	13,58	10,60	37,86

Campanha 1: A Ocupação Social traz vida nova para as comunidades.

Campanha 2: É assim que eu me expresso.

Campanha 3: Conexão Social. Junto com você, a mudança acontece.

Campanha 4: Ocupação Social. Mais que um programa. Um projeto de vida.

Campanha 5: Faz parte do meu espírito.

Campanha 6: Vamos construir histórias que valem a pena contar.

Campanha 7: Sai a preocupação social. Entra a Ocupação Social.

Campanha 8: Ocupação Social. Oportunidades para quem mais precisa.

Campanha 9: Participar leva você adiante.

Campanha 10: Quem não tinha futuro agora vai ter.

LOTE 05

CAMPANHA	PONTUAÇÃO				
	RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	IDÉIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
1	6,78	7,36	20,20	7,68	42,02
2	8,22	8,30	20,08	12,30	48,90
3	7,84	8,12	21,42	9,38	46,76
4	8,38	7,62	20,72	10,12	46,84
5	7,72	7,14	22,68	9,10	46,64



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
COMISSÃO ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE LICITAÇÃO – CAEL

6	7,68	8,24	20,02	10,58	46,52
7	7,36	7,54	22,02	9,08	46,00
8	7,50	7,04	21,22	9,78	45,54
9	7,12	7,14	21,72	10,90	46,88

Campanha 1: Banescard é mais vantagens para você.

Campanha 2: Capixaba inteligente não saca dinheiro, saca Banescard.

Campanha 3: Com o Banescard você pode mais.

Campanha 4: Banescard. Aproveite. Em todos os momentos. Em todos os lugares.

Campanha 5: Cabe tudo no seu Banescard.

Campanha 6: Use o Banescard e saia ganhando.

Campanha 7: Banescard é o cartão que tem tudo e ainda dá pontos.

Campanha 8: Tá na mão. Tá no coração.

Campanha 9: Banescard. Vale muito.

Em seguida o Presidente da Comissão solicitou a presença dos representantes para a devida conferência dos lacres do **ENVELOPE “B” - via identificada do Plano de Comunicação Publicitária**, ocasião em que não houve registro de qualquer irregularidade. Dando prosseguimento aos trabalhos, os referidos envelopes foram abertos, sendo as autorias dos planos de comunicação identificadas, conforme tabelas abaixo:

VIA IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

LOTE 01

Campanha	Licitante
Campanha 1: Beber e dirigir não tem graça. Tem consequências	POPCORN
Campanha 2: Se você pensa na consequência não faz essa mistura	A4
Campanha 3: Quem toma todas acaba tomando a vida dos outro	FIRE
Campanha 4: Não dirigir depois de beber é uma questão de tomada de consciência	DPZ
Campanha 5: Não bebo quando dirijo. Não curto carona com quem bebeu. Não compartilho blitz da polícia	TEIA



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
COMISSÃO ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE LICITAÇÃO – CAEL

Campanha 6: Beber e dirigir é uma combinação de risco	ARTCOM
Campanha 7: Diversão na vida é direção sem bebida.	FAZENDA
Campanha 8: Não deixe o álcool guiar a sua vida	NOVA SB
Campanha 9: Você não é diferente de ninguém para dirigir depois de beber	DANZA
Campanha 10: Você também é responsável pela vida de quem está ao seu redor. Não deixe ninguém beber e dirigir, nem você.	MP PUBLICIDADE
Campanha 11: Beber e dirigir é interromper histórias de vida.	AMPLA

LOTE 02

Campanha	Licitante
Campanha 1: A doação de órgãos parte de cada um.	ARTCOM
Campanha 2: Muitas vidas cabem em um sim.	MP PUBLICIDADE
Campanha 3: Se você é doador de órgãos, deixe a sua família saber.	AMPLA
Campanha 4: Diga à sua família que você é doador de órgãos. Dê vida ao seu gesto.	FIRE
Campanha 5: Quem doa transforma a perda em vários ganhos.	DPZ
Campanha 6: Fale agora.	DANZA
Campanha 7: A melhor forma de se ajudar a quem precisa de doação de órgãos.	DANZA
Campanha 8: Seja doador de órgãos para a vida continuar. É só comunicar à sua família.	TEIA
Campanha 9: Ser doador de órgãos é um papel de todos nós.	POPCORN
Campanha 10: Ciclo da vida: você doa, sua família consente e alguém nasce de novo.	AGÊNCIA NACIONAL
Campanha 11: Uma atitude pela vida.	A4
Campanha 12: Quando nasce um doador renasce uma vida.	FAZENDA



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
COMISSÃO ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE LICITAÇÃO – CAEL

LOTE 03

Campanha	Licitante
Campanha 1: Escola Viva. Educação inovadora em tempo integral.	FAZENDA
Campanha 2: Escola Viva, um novo modo de viver a escola.	PRISMA
Campanha 3: A Escola Viva está com matrículas e horizontes abertos para seu filho viver o sonho que escolher.	FIRE
Campanha 4: Dê o play no seu projeto de vida.	AMPLA
Campanha 5: Venha para a Escola Viva e viva suas escolhas.	SET COMUNICAÇÃO
Campanha 6: A Escola Viva possibilita escolhas e crescimento.	ARTCOM
Campanha 7: #vempraEscolaViva.	A4
Campanha 8: Viva a Escola Viva.	MP PUBLICIDADE
Campanha 9: Não é pra saber quem você vai ser, mas para conhecer quem você já é.	DANZA
Campanha 10: Escola Viva, sua escolha, sua escola.	TEIA
Campanha 11: Na Escola Viva o estudante vive e realiza seu sonho.	DPZ

LOTE 04

Campanha	Licitante
Campanha 1: A Ocupação Social traz vida nova para as comunidades.	ARTCOM
Campanha 2: É assim que eu me expresso.	AMPLA
Campanha 3: Conexão Social. Junto com você, a mudança acontece.	MP PUBLICIDADE
Campanha 4: Ocupação Social. Mais que um programa. Um projeto de vida.	A4
Campanha 5: Faz parte do meu espírito.	TEIA
Campanha 6: Vamos construir histórias que valem a pena contar.	PRISMA
Campanha 7: Sai a preocupação social. Entra a Ocupação Social.	FIRE
Campanha 8: Ocupação Social. Oportunidades para quem mais precisa.	FAZENDA



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
COMISSÃO ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE LICITAÇÃO – CAEL

Campanha 9: Participar leva você adiante.	DANZA
Campanha 10: Quem não tinha futuro agora vai ter.	AGÊNCIA NACIONAL

LOTE 05

Campanha	Licitante
Campanha 1: Banescard é mais vantagens para você.	FAZENDA
Campanha 2: Capixaba inteligente não saca dinheiro, saca Banescard.	FIRE
Campanha 3: Com o Banescard você pode mais.	PRISMA
Campanha 4: Banescard. Aproveite. Em todos os momentos. Em todos os lugares.	A4
Campanha 5: Cabe tudo no seu Banescard.	DANZA
Campanha 6: Use o Banescard e saia ganhando.	MP PUBLICIDADE
Campanha 7: Banescard é o cartão que tem tudo e ainda dá pontos.	ARTCOM
Campanha 8: Tá na mão. Tá no coração.	AMPLA
Campanha 9: Banescard. Vale muito.	SET COMUNICAÇÃO

Em seguida, foram elaboradas planilhas com o resultado do julgamento geral das propostas técnicas, que, estando em anexo fazem parte integrante desta ata, evidenciando as licitantes desclassificadas e a ordem de classificação para os 05 (cinco) lotes.

Nada mais havendo a tratar, foi encerrada a sessão, da qual eu, **Luiz de Gonzaga Calil**, lavrei a presente Ata que após lida e aprovada passa a ser assinada por todos os membros da **Comissão Administrativa Especial de Licitação** e representantes legais presentes. O resultado desta fase será publicado no Diário Oficial do Estado do Espírito Santo, ficando aberto o prazo recursal, conforme previsto na Lei 8.666/93 e suas alterações.

Vitória/ES, 15 de março de 2016.


Luiz de Gonzaga Calil
Presidente da Comissão Administrativa
Especial de Licitação - CAEL




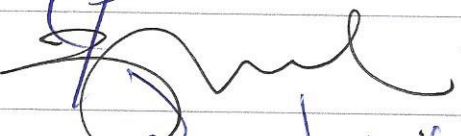
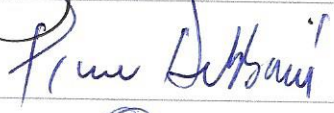



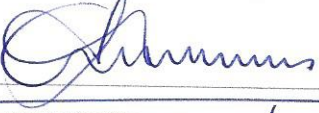
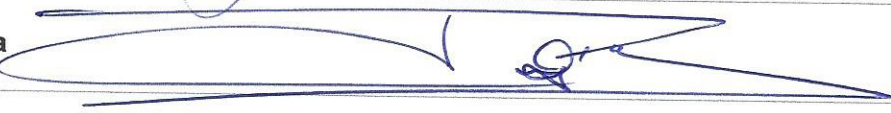

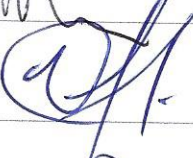


GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
 SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
 COMISSÃO ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE LICITAÇÃO – CAEL


 Rogério Augusto Mendes de Mattos
 Membro


 Erico Sangiorgio
 Membro


 Marcus Antonio Delai
 Membro


 Ingrid Thereza Hollenstein Gomes
 Membro

Artcom	
Fire	
MP Publicidade	
Ampla Comunicação	
DPZ	
Agência Nacional	
Fazenda Comunicação	
Teia Comunicação	
A4 Comunicação	
Danza Estratégia	
Popcorn	
Nova/sb	
Set Comunicação	
Prisma Propaganda	

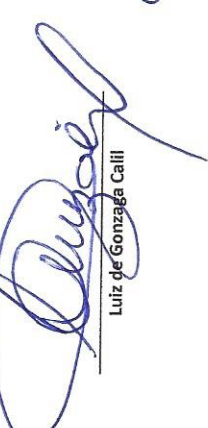




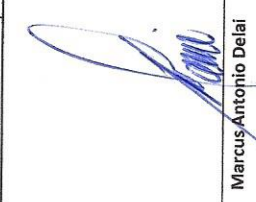

ANEXO ÚNICO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 001/2015
CLASSIFICAÇÃO GERAL DA PROPOSTA TÉCNICA
LOTE 01

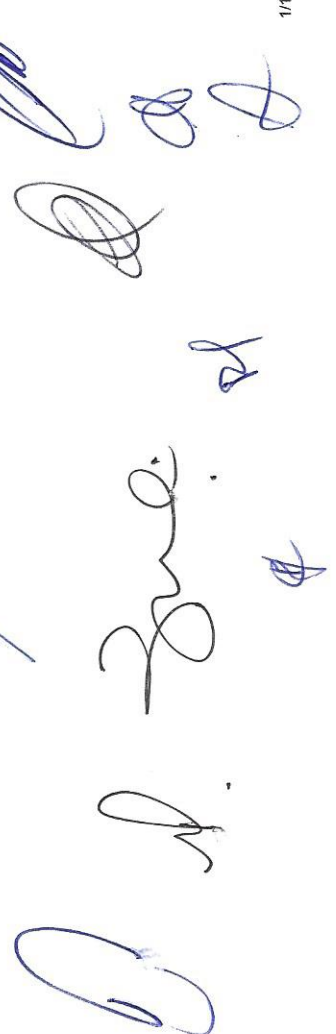
CLASSIFICAÇÃO	LICITANTE	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA					CONJUNTO DE INFORMAÇÃO DO PROPONENTE			TOTAL
		RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	REPERTÓRIO	RELATOS DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS		
1	A4 Comunicação	9,46	8,86	25,94	11,30	13,30	14,10	4,68	87,64	
2	Ampla Comunicação	8,20	8,06	24,26	11,70	13,70	12,98	4,50	83,40	
3	Teia Comunicação	8,26	8,36	24,06	12,10	12,50	11,30	2,82	79,40	
4	Fire	7,46	7,78	23,20	11,20	12,00	11,90	4,26	77,80	
5	DPZ	7,90	7,38	17,38	10,70	14,80	14,22	4,56	76,94	
6	ArtCom	8,48	7,56	21,36	9,42	13,80	11,40	4,00	76,02	
-	Danza	8,80	7,96	15,52	8,98	13,10	10,88	4,62	69,86	
-	MP Publicidade	7,88	7,06	13,30	6,70	13,90	13,80	4,62	67,26	
-	Noval/sb	7,30	7,16	11,08	6,70	14,10	10,78	3,70	60,82	
-	Popcorn	8,06	6,26	11,18	8,06	11,20	11,44	3,78	59,98	
-	Fazenda	6,60	4,90	10,02	6,60	9,08	10,16	3,50	50,86	


Luiz de Gonzaga Calli


Rogério Augusto Mendes de Mattos


Marcus Antonio Delai


Ingrid Thereza Hollestein Gomes





CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 001/2015
CLASSIFICAÇÃO GERAL DA PROPOSTA TÉCNICA
LOTE 02

CLASSIFICAÇÃO	LICITANTE	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA					CONJUNTO DE INFORMAÇÃO DO PROPONENTE			TOTAL
		RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	REPETITÓRIO	RELATOS DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS		
1	MP Publicidade	8,44	8,68	25,30	11,80	13,90	13,80	4,62	86,54	
2	Ampla Comunicação	8,60	9,24	24,52	11,30	13,70	13,10	4,50	84,96	
3	DPZ	8,20	7,16	22,74	12,30	14,80	14,22	4,56	83,98	
4	Danza	8,90	7,88	24,34	12,50	13,10	11,00	4,62	82,34	
5	A4 Comunicação	7,70	7,24	21,94	11,46	13,30	14,10	4,68	80,42	
6	Fire	7,96	8,14	23,80	11,20	12,00	11,90	4,26	79,26	
7	ArtCom	7,90	7,26	20,52	10,80	13,80	11,52	4,00	75,80	
8	Agência Nacional	6,82	7,14	21,32	10,70	12,90	12,04	4,28	75,20	
-	Popcorn	7,98	7,36	21,86	11,30	11,20	11,44	3,78	74,92	
-	Teia Comunicação	7,60	7,04	21,80	10,80	12,50	11,30	2,82	73,86	
-	Nova/sb	8,50	6,92	16,42	8,60	14,10	10,78	3,70	69,02	
-	Fazenda	7,94	7,68	19,08	6,80	9,08	10,16	3,50	64,24	

Luiz de Gonzaga Calil

Erico Sangiorgio

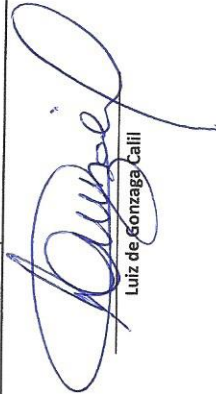
Rogério Augusto Mendes de Mattos

Marcus Antonio Delai

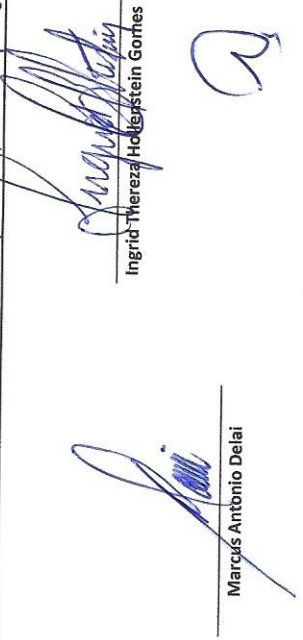
Ingrid Theresia Nollenstein Gontes

CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 001/2015
CLASSIFICAÇÃO GERAL DA PROPOSTA TÉCNICA
LOTE 05

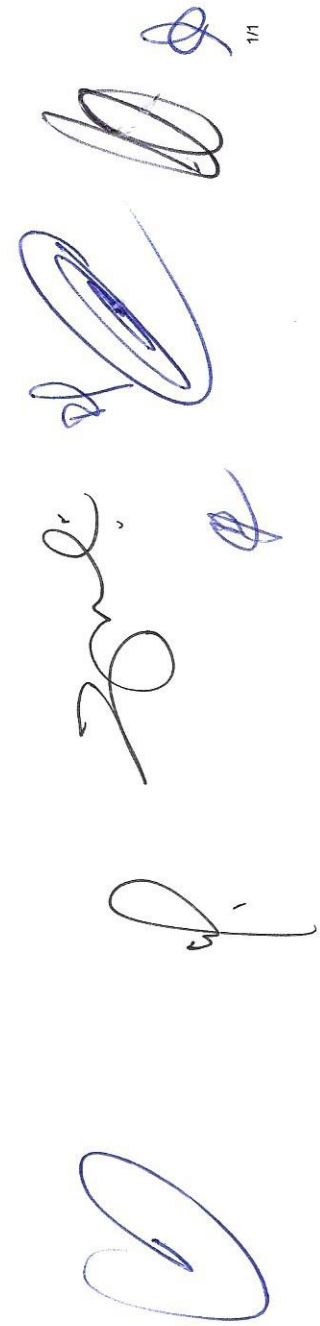
CLASSIFICAÇÃO	LICITANTE	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA				CONJUNTO DE INFORMAÇÃO DO PROPONENTE			TOTAL
		RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	REPERTÓRIO	RELATOS DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS	
1	Fire	8,22	8,30	20,08	12,30	12,00	13,78	4,48	79,16
2	MP Publicidade	7,68	8,24	20,02	10,58	13,90	13,58	4,62	78,62
3	A4 Comunicação	8,38	7,62	20,72	10,12	13,30	12,98	4,60	77,72
4	Set Comunicação	7,12	7,14	21,72	10,90	12,10	12,68	5,00	76,66
5	Ampla Comunicação	7,50	7,04	21,22	9,78	13,70	12,34	4,50	76,08
6	Danza	7,72	7,14	22,68	9,10	13,10	11,48	4,62	75,84
7	ArtCom	7,36	7,54	22,02	9,08	13,80	11,28	4,00	75,08
-	Prisma Propaganda	7,84	8,12	21,42	9,38	11,80	11,06	3,70	73,32
-	Fazenda	6,78	7,36	20,20	7,68	9,08	9,80	3,50	64,40


 Luiz de Gonzaga Calli


 Rogério Augusto Mendes de Mattos


 Ingrid Tereza Holzerstein Gorhes

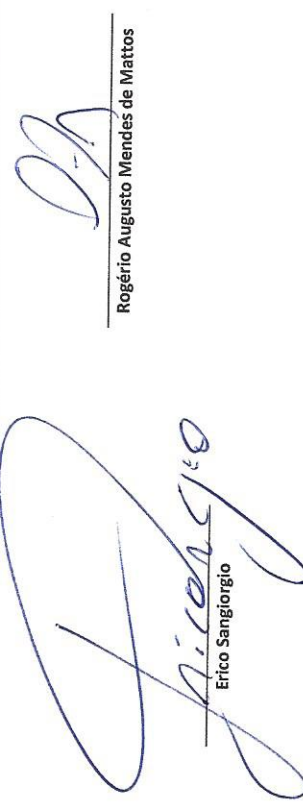

 Marcus Antonio Delai



CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 001/2015
CLASSIFICAÇÃO GERAL DA PROPOSTA TÉCNICA
LOTE 04


CLASSIFICAÇÃO	LICITANTE	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA					CONJUNTO DE INFORMAÇÃO DO PROPONENTE				TOTAL
		RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	REPERTÓRIO	RELATOS DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS			
1	Ampia Comunicação	8,86	7,88	23,82	12,20	13,70	12,98	4,50	83,94		
2	MP Publicidade	7,60	7,58	23,48	11,40	13,90	13,80	4,62	82,38		
3	A4 Comunicação	7,58	7,30	21,82	11,10	13,30	14,10	4,68	79,88		
4	Danza	7,94	7,60	23,50	12,00	13,10	10,88	4,62	79,64		
5	ArtCom	7,36	7,60	21,48	10,52	13,80	11,40	4,00	76,16		
-	Teia Comunicação	7,52	6,60	20,80	11,00	12,50	11,30	2,82	72,54		
-	Fire	7,30	7,24	18,82	8,50	12,00	11,90	4,26	70,02		
-	Prisma Propaganda	8,30	7,94	17,58	9,10	11,80	10,70	3,70	69,12		
-	Agência Nacional	6,98	6,70	13,58	10,60	12,90	12,04	4,28	67,08		
-	Fazenda	7,30	6,92	13,76	6,90	9,08	10,16	3,50	57,62		


 Luiz de Gonzaga Caili


 Rogério Augusto Mendes de Mattos


 Ingrid Theresia Hülstein Gomes



 Érico Sangiorgio


 Marcus Antonio Delai



CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 001/2015
CLASSIFICAÇÃO GERAL DA PROPOSTA TÉCNICA
LOTE 03

CLASSIFICAÇÃO	LICITANTE	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA						CONJUNTO DE INFORMAÇÃO DO PROPONENTE				TOTAL
		RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	REPERTÓRIO	RELATOS DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS				
1	A4 Comunicação	8,42	8,00	22,66	10,58	13,30	14,10	4,68	81,74			
2	Ampla Comunicação	7,54	8,30	22,52	11,70	13,70	12,98	4,50	81,24			
3	Danza	8,22	7,62	24,26	12,20	13,10	10,88	4,62	80,90			
4	MP Publicidade	7,34	7,34	22,58	10,86	13,90	13,80	4,62	80,44			
5	DPZ	7,50	6,82	20,82	10,76	14,80	14,22	4,56	79,48			
6	Set Comunicação	7,64	7,82	22,00	10,46	12,10	12,30	5,00	77,32			
7	Fire	7,46	7,46	23,28	10,80	12,00	11,90	4,26	77,16			
8	ArtCom	7,58	7,24	21,16	10,80	13,80	11,40	4,00	75,98			
9	Teia Comunicação	8,00	7,20	23,06	10,90	12,50	11,30	2,82	75,78			
-	Prisma Propaganda	6,78	7,38	22,42	9,84	11,80	10,70	3,70	72,62			
-	Fazenda	6,42	7,46	22,06	8,80	9,08	10,16	3,50	67,48			


Luiz de Gonzaga Caij


Erico Sangiorgio


Rogério Augusto Mendes de Mattos


Marcus Antônio Delai


Ingrid Theleza Hollenstein Gomes

