



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015  
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE "A"  
VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

LOTE 05 - CAMPANHA: **Banescard é mais vantagens para você**

RACIOCÍNIO BÁSICO	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Acuidade e compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	1,30	1,30	2,00	1,30	1,30	1,44
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,30	1,30	0,00	1,30	1,30	1,04
<b>TOTAL</b>	<b>7,10</b>	<b>6,60</b>	<b>6,50</b>	<b>7,10</b>	<b>6,60</b>	<b>6,78</b>

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Governo do Espírito Santo e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação.	2,60	3,20	3,20	3,20	2,60	2,96
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
<b>TOTAL</b>	<b>7,10</b>	<b>7,70</b>	<b>7,70</b>	<b>7,70</b>	<b>6,60</b>	<b>7,36</b>

QUESITO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	2,60	2,60	2,60	2,60	3,20	2,72
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	3,20	2,60	2,60	3,20	2,96
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,00	2,50	2,00	2,00	2,00	2,10
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,00	0,30	2,00	2,50	2,00	1,76
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,50	2,00	2,50	2,50	2,40
Exequibilidade das peças.	2,00	0,30	2,00	2,00	2,00	1,66
<b>TOTAL</b>	<b>20,90</b>	<b>18,00</b>	<b>19,80</b>	<b>20,80</b>	<b>21,50</b>	<b>20,20</b>

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,50	2,50	2,00	2,50	2,00	2,30
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,00	2,00	0,30	2,00	2,00	1,66
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,30	0,30	2,00	0,30	0,30	0,64
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	0,30	0,30	2,00	0,30	2,00	0,98
<b>TOTAL</b>	<b>7,10</b>	<b>7,10</b>	<b>8,30</b>	<b>7,60</b>	<b>8,30</b>	<b>7,68</b>

Banescard é mais vantagens para você				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
6,78	7,36	20,20	7,68	42,02



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015  
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE "A"  
VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

LOTE 05 - CAMPANHA: Capixaba inteligente não saca dinheiro, saca Banescard

RACIOCÍNIO BÁSICO	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Acuidade e compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	1,60	1,60	2,00	1,60	1,60	1,68
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,60	1,60	1,60	1,60	1,30	1,54
<b>TOTAL</b>	<b>8,20</b>	<b>8,20</b>	<b>8,60</b>	<b>8,20</b>	<b>7,90</b>	<b>8,22</b>

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Governo do Espírito Santo e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação.	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,50	2,50	2,50	3,00	2,50	2,60
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,50	2,00	3,00	3,00	2,00	2,50
<b>TOTAL</b>	<b>8,20</b>	<b>7,70</b>	<b>8,70</b>	<b>9,20</b>	<b>7,70</b>	<b>8,30</b>

QUESITO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	3,20	3,20	2,60	2,60	0,40	2,40
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2,60	2,60	2,60	2,60	0,40	2,16
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	2,60	2,60	3,20	3,20	3,20	2,96
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,00	2,00	2,00	2,00	0,30	1,66
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,20
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,50	2,10
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Exequibilidade das peças.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,50	2,10
<b>TOTAL</b>	<b>20,90</b>	<b>20,90</b>	<b>20,90</b>	<b>20,90</b>	<b>16,80</b>	<b>20,08</b>

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	3,00	2,50	3,00	3,00	2,50	2,80
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,50	2,50	3,00	2,50	2,00	2,50
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
<b>TOTAL</b>	<b>12,50</b>	<b>12,00</b>	<b>13,00</b>	<b>13,00</b>	<b>11,00</b>	<b>12,30</b>

Capixaba inteligente não saca dinheiro, saca Banescard				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
8,22	8,30	20,08	12,30	48,90



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015  
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE "A"  
VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

LOTE 05 - CAMPANHA: Com o Banescard você pode mais

RACIOCÍNIO BÁSICO	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Acuidade e compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2,50	2,50	2,00	2,50	2,50	2,40
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,50	2,50	3,00	3,00	2,50	2,70
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	1,30	1,30	2,00	1,30	1,30	1,44
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30
<b>TOTAL</b>	<b>7,60</b>	<b>7,60</b>	<b>8,30</b>	<b>8,10</b>	<b>7,60</b>	<b>7,84</b>

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Governo do Espírito Santo e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação.	3,20	3,20	3,20	4,00	4,00	3,52
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,00	2,50	2,50	2,50	2,00	2,30
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,50	2,00	2,00	2,50	2,50	2,30
<b>TOTAL</b>	<b>7,70</b>	<b>7,70</b>	<b>7,70</b>	<b>9,00</b>	<b>8,50</b>	<b>8,12</b>

QUESITO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	2,60	3,20	2,60	3,20	4,00	3,12
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	0,40	3,20	2,60	2,60	3,20	2,40
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	3,20	3,20	3,20	2,60	3,08
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,00	2,50	2,00	2,00	2,00	2,10
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,50	2,00	2,00	2,00	2,00	2,10
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,00	2,50	2,00	2,50	0,30	1,86
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,50	2,00	2,00	2,00	2,00	2,10
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Exequibilidade das peças.	3,00	0,30	2,50	2,50	2,50	2,16
<b>TOTAL</b>	<b>20,70</b>	<b>21,40</b>	<b>21,40</b>	<b>22,50</b>	<b>21,10</b>	<b>21,42</b>

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,50	2,00	2,50	2,00	2,00	2,20
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,50	2,00	2,50	2,00	2,00	2,20
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,30	0,30	0,30	2,00	2,00	0,98
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
<b>TOTAL</b>	<b>9,30</b>	<b>8,30</b>	<b>9,30</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>9,38</b>

Com o Banescard você pode mais

RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,84	8,12	21,42	9,38	46,76



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015  
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE "A"  
VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

LOTE 05 - CAMPANHA: **Banescard. Aproveite. Em todos os momentos. Em todos os**

RACIOCÍNIO BÁSICO	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Acuidade e compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2,50	2,50	2,50	2,50	3,00	2,60
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,50	2,50	2,50	3,00	2,00	2,50
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,60	2,00	1,60	1,60	1,60	1,68
<b>TOTAL</b>	<b>8,20</b>	<b>8,60</b>	<b>8,20</b>	<b>8,70</b>	<b>8,20</b>	<b>8,38</b>

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Governo do Espírito Santo e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação.	2,60	3,20	3,20	2,60	4,00	3,12
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,00	2,50	2,50	2,50	2,00	2,30
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,50	2,50	2,00	2,00	2,00	2,20
<b>TOTAL</b>	<b>7,10</b>	<b>8,20</b>	<b>7,70</b>	<b>7,10</b>	<b>8,00</b>	<b>7,62</b>

QUESITO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	2,60	2,60	3,20	2,60	3,20	2,84
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2,60	3,20	2,60	2,60	4,00	3,00
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	2,60	3,20	2,60	2,60	2,60	2,72
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,50	2,10
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,00	2,00	2,50	2,00	2,00	2,10
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,00	2,50	2,50	2,50	2,00	2,30
Exequibilidade das peças.	2,00	0,30	2,00	2,00	2,00	1,66
<b>TOTAL</b>	<b>19,80</b>	<b>19,80</b>	<b>21,40</b>	<b>20,30</b>	<b>22,30</b>	<b>20,72</b>

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,50	2,50	2,50	2,50	3,00	2,60
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,00	2,50	2,50	2,00	2,00	2,20
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,00	0,30	2,00	2,00	2,00	1,66
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	2,00	2,00	2,00	0,30	1,66
<b>TOTAL</b>	<b>10,50</b>	<b>9,30</b>	<b>11,00</b>	<b>10,50</b>	<b>9,30</b>	<b>10,12</b>

Banescard. Aproveite. Em todos os momentos. Em todos os lugares				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
8,38	7,62	20,72	10,12	46,84



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015  
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE "A"  
VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

LOTE 05 - CAMPANHA: **Cabe tudo no seu Banescard**

RACIOCÍNIO BÁSICO	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Acuidade e compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2,00	2,50	2,50	2,00	2,00	2,20
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,50	2,50	2,50	3,00	2,00	2,50
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	1,60	1,30	1,60	1,30	1,60	1,48
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,60	1,60	1,60	1,30	1,60	1,54
<b>TOTAL</b>	<b>7,70</b>	<b>7,90</b>	<b>8,20</b>	<b>7,60</b>	<b>7,20</b>	<b>7,72</b>

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Governo do Espírito Santo e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação.	2,60	3,20	3,20	2,60	2,60	2,84
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,00	2,50	2,00	2,00	2,00	2,10
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,50	2,00	2,50	2,00	2,00	2,20
<b>TOTAL</b>	<b>7,10</b>	<b>7,70</b>	<b>7,70</b>	<b>6,60</b>	<b>6,60</b>	<b>7,14</b>

QUESITO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	2,60	3,20	3,20	3,20	2,60	2,96
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2,60	3,20	3,20	3,20	2,60	2,96
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	3,20	3,20	2,60	2,60	2,96
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,00	2,50	2,50	2,50	2,00	2,30
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,00	2,50	2,50	2,50	2,00	2,30
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Exequibilidade das peças.	2,50	2,00	2,50	2,00	2,00	2,20
<b>TOTAL</b>	<b>22,40</b>	<b>23,10</b>	<b>24,60</b>	<b>23,50</b>	<b>19,80</b>	<b>22,68</b>

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,50	2,40
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,00	2,00	2,00	2,00	0,30	1,66
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,30	0,30	0,30	0,30	2,00	0,64
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	2,00	2,50	2,00	2,00	2,10
<b>TOTAL</b>	<b>9,30</b>	<b>8,30</b>	<b>9,80</b>	<b>9,30</b>	<b>8,80</b>	<b>9,10</b>

Cabe tudo no seu Banescard				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,72	7,14	22,68	9,10	46,64



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015  
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE "A"  
VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

LOTE 05 - CAMPANHA: Use o Banescard e saia ganhando

RACIOCÍNIO BÁSICO	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Acuidade e compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2,50	2,00	2,50	2,50	3,00	2,50
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	1,30	1,30	1,60	1,30	1,30	1,36
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,30	1,30	1,30	1,60	1,60	1,42
<b>TOTAL</b>	<b>7,60</b>	<b>7,10</b>	<b>7,90</b>	<b>7,90</b>	<b>7,90</b>	<b>7,68</b>

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Governo do Espírito Santo e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação.	3,20	3,20	3,20	4,00	2,60	3,24
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,50	2,50	2,50	2,00	3,00	2,50
<b>TOTAL</b>	<b>8,20</b>	<b>8,20</b>	<b>8,20</b>	<b>8,50</b>	<b>8,10</b>	<b>8,24</b>

QUESITO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	2,60	3,20	3,20	2,60	2,60	2,84
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	0,40	3,20	2,60	2,60	2,60	2,28
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	2,60	0,40	3,20	2,60	2,60	2,28
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,00	2,50	2,00	2,50	0,30	1,86
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,00	2,50	2,00	2,00	2,00	2,10
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Exequibilidade das peças.	2,00	0,30	2,00	2,00	2,00	1,66
<b>TOTAL</b>	<b>18,60</b>	<b>19,10</b>	<b>22,00</b>	<b>21,80</b>	<b>18,60</b>	<b>20,02</b>

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,50	3,00	2,50	2,50	2,00	2,50
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,50	3,00	2,50	2,50	2,00	2,50
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,50	2,50	2,00	2,50	2,00	2,30
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,30	0,30	2,00	0,30	2,00	0,98
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	3,00	2,50	2,00	2,00	2,30
<b>TOTAL</b>	<b>9,80</b>	<b>11,80</b>	<b>11,50</b>	<b>9,80</b>	<b>10,00</b>	<b>10,58</b>

Use o Banescard e saia ganhando				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,68	8,24	20,02	10,58	46,52



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015  
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE "A"  
VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

LOTE 05 - CAMPANHA: **Banescard é o cartão que tem tudo e ainda dá pontos.**

RACIOCÍNIO BÁSICO	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Acuidade e compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2,00	2,50	2,00	2,00	2,50	2,20
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,50	2,00	2,00	2,50	2,00	2,20
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	1,60	1,60	1,30	1,60	1,30	1,48
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,60	1,60	1,30	1,60	1,30	1,48
<b>TOTAL</b>	<b>7,70</b>	<b>7,70</b>	<b>6,60</b>	<b>7,70</b>	<b>7,10</b>	<b>7,36</b>

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Governo do Espírito Santo e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação.	2,60	3,20	3,20	3,20	4,00	3,24
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,00	2,50	2,00	2,50	2,00	2,20
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,50	2,00	2,00	2,00	2,00	2,10
<b>TOTAL</b>	<b>7,10</b>	<b>7,70</b>	<b>7,20</b>	<b>7,70</b>	<b>8,00</b>	<b>7,54</b>

QUESITO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	2,60	2,60	3,20	3,20	2,60	2,84
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2,60	3,20	2,60	3,20	2,60	2,84
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	2,60	2,60	3,20	2,60	2,84
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,00	2,50	2,00	2,50	2,00	2,20
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,50	2,00	2,00	2,50	2,00	2,20
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,00	2,50	2,50	2,50	2,00	2,30
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,50	2,00	2,50	2,00	2,30
Exequibilidade das peças.	2,00	2,50	2,00	3,00	2,50	2,40
<b>TOTAL</b>	<b>21,40</b>	<b>22,40</b>	<b>20,90</b>	<b>25,10</b>	<b>20,30</b>	<b>22,02</b>

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,00	2,00	0,30	2,00	2,00	1,66
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,00	2,00	2,50	2,00	2,00	2,10
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	0,30	0,30	2,00	2,00	2,00	1,32
<b>TOTAL</b>	<b>8,30</b>	<b>8,30</b>	<b>8,80</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>9,08</b>

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

RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,36	7,54	22,02	9,08	46,00



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015  
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE "A"  
VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

LOTE 05 - CAMPANHA: Tá na mão. Tá no coração.

RACIOCÍNIO BÁSICO	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Acuidade e compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2,00	3,00	2,00	2,00	2,50	2,30
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,50	2,50	2,00	2,50	2,00	2,30
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	1,30	1,30	1,60	1,60	1,60	1,48
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,30	1,60	1,30	1,60	1,30	1,42
<b>TOTAL</b>	<b>7,10</b>	<b>8,40</b>	<b>6,90</b>	<b>7,70</b>	<b>7,40</b>	<b>7,50</b>

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Governo do Espírito Santo e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação.	2,60	3,20	3,20	2,60	2,60	2,84
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,00	2,50	2,00	2,00	2,00	2,10
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,00	2,00	2,50	2,00	2,00	2,10
<b>TOTAL</b>	<b>6,60</b>	<b>7,70</b>	<b>7,70</b>	<b>6,60</b>	<b>6,60</b>	<b>7,04</b>

QUESITO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	2,60	2,60	3,20	2,60	2,60	2,72
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2,60	2,60	2,60	3,20	2,60	2,72
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	2,60	2,60	3,20	2,60	2,60	2,72
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,00	2,50	2,50	2,00	2,00	2,20
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,00	2,00	2,50	2,00	2,00	2,10
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Exequibilidade das peças.	2,00	0,30	2,50	2,00	2,00	1,76
<b>TOTAL</b>	<b>20,80</b>	<b>19,60</b>	<b>24,00</b>	<b>21,90</b>	<b>19,80</b>	<b>21,22</b>

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,50	2,50	2,50	2,00	2,50	2,40
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,50	2,50	2,00	2,00	2,00	2,20
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,50	2,00	2,00	2,00	2,00	2,10
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,30	0,30	2,00	2,00	2,00	1,32
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	2,00	2,00	2,50	0,30	1,76
<b>TOTAL</b>	<b>9,80</b>	<b>9,30</b>	<b>10,50</b>	<b>10,50</b>	<b>8,80</b>	<b>9,78</b>

**Tá na mão. Tá no coração.**

RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,50	7,04	21,22	9,78	45,54





GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015  
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE "A"  
VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

LOTE 05 - CAMPANHA: **Banescard. Vale muito.**

RACIOCÍNIO BÁSICO	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Acuidade e compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2,00	2,50	2,50	2,00	2,00	2,20
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,50	2,00	2,00	2,50	2,00	2,20
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	1,30	1,30	1,60	1,60	1,30	1,42
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30
<b>TOTAL</b>	<b>7,10</b>	<b>7,10</b>	<b>7,40</b>	<b>7,40</b>	<b>6,60</b>	<b>7,12</b>

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Governo do Espírito Santo e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação.	2,60	2,60	3,20	3,20	2,60	2,84
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,00	2,00	2,50	2,00	2,00	2,10
<b>TOTAL</b>	<b>6,60</b>	<b>6,60</b>	<b>8,20</b>	<b>7,70</b>	<b>6,60</b>	<b>7,14</b>

QUESITO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	2,60	3,20	3,20	3,20	3,20	3,08
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	0,40	3,20	2,60	2,60	2,60	2,28
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	2,60	3,20	3,20	2,60	2,96
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,50	2,00	2,00	2,50	2,00	2,20
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,50	2,10
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Exequibilidade das peças.	2,00	2,50	2,50	2,50	2,50	2,40
<b>TOTAL</b>	<b>19,70</b>	<b>21,50</b>	<b>22,50</b>	<b>23,50</b>	<b>21,40</b>	<b>21,72</b>

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,00	2,50	2,50	2,50	2,00	2,30
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	2,00	2,50	2,00	2,00	2,10
<b>TOTAL</b>	<b>10,00</b>	<b>10,50</b>	<b>12,00</b>	<b>12,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,90</b>

Banescard. Vale muito.

RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,12	7,14	21,72	10,90	46,88