


**ATA DE REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE JULGAMENTO DAS  
PROPOSTAS TÉCNICAS DA CONCORRÊNCIA Nº 01/2025 – QUESITOS  
“CAPACIDADE DE ATENDIMENTO”, “REPERTÓRIO” E “RELATOS DE  
SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO” – INVÓLUCRO 3, VIA  
IDENTIFICADA**

Aos treze dias do mês de agosto de dois mil e vinte e cinco, às 9h00, na sede do Conselho Regional de Enfermagem do Rio Grande do Norte (Coren-RN), situada à Rua das Gardênia, nº 1805, bairro Lagoa Nova, Conjunto Mirassol, Natal-RN, reuniram-se os membros da Subcomissão Técnica para julgamento das propostas técnicas da Concorrência nº 01/2025, tipo Melhor Técnica, cujo objeto é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda. O Agente de Contratação do Coren-RN, Sr. Helton Tarcísio de Oliveira Silva, após receber a devolução dos Invólucros nº 01 e respectivas planilhas de julgamento, entregou à Subcomissão Técnica os invólucros nº 3, via identificada, contendo os materiais apresentados pelas licitantes para julgamento dos quesitos “Capacidade de Atendimento”, “Repertório” e “Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação”. Inicialmente, procedeu-se à leitura do edital e à análise do briefing, com a formulação da agenda de atuação e definição dos critérios avaliativos, em conformidade com a Lei nº 12.232/2010, a Instrução Normativa SECOM/Presidência da República nº 01/2023 e o edital do certame. Foram elaboradas as planilhas de julgamento, contemplando a análise das propostas apresentadas quanto ao atendimento às condições previstas no edital e seus anexos. O critério de julgamento técnico estabeleceu a seguinte pontuação: Capacidade de Atendimento: 10 pontos; Repertório: 05 pontos; Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 05 pontos. Definiu-se a utilização de formulários individuais para o julgamento, cujas notas seriam posteriormente consolidadas na planilha final. A Subcomissão procedeu, então, à análise formal dos cadernos únicos, verificando o atendimento aos requisitos de apresentação. Pequenas variações formais foram consideradas falhas inessenciais, sem prejuízo ao conteúdo, aplicando-se o princípio da razoabilidade. Em seguida, deu-se início à análise individual das propostas técnicas e ao preenchimento das planilhas, com a formulação das justificativas de cada quesito. Ocorrência: A licitante Madre Marketing & Comunicação cometeu erro grave, descumprindo o item 10.1.1.2 (alínea “a” e alínea “b”) e item 10.1.3.3 do edital, ao apresentar no Invólucro nº 01 conteúdo referente ao Invólucro nº 03, cases/peças executadas para seus clientes Reis Magos, Reserva Boulevard e Viva Shopping, mencionados no caderno Repertório com fichas técnicas relacionadas as peças

  
Karen Viana

apresentadas no Invólucro nº 01 – Campanha: "Enfermagem: o Cuidado que Move a Vida." Frisa-se que a análise e julgamento do Invólucro nº 01 – Via Não Identificada procedeu-se de forma anônima, sendo registrado apresentação de material diverso na Campanha: "Enfermagem: o Cuidado que Move a Vida." Após conclusão do julgamento do Invólucro nº 01, o conteúdo e respectivas planilhas de avaliação foram devolvidas para o Agente de Contratação e somente após, a Subcomissão recebeu o Invólucro nº 03. A constatação e inequívoca identificação da autoria ocorreu ao final da análise do Invólucro nº 03, com as fichas técnicas do Repertório da licitante Madre Marketing & Comunicação trazendo as informações das respectivas peças apresentadas no Invólucro 01 - Campanha: "Enfermagem: o Cuidado que Move a Vida." Diante disso, conforme previsto na alínea "a", item 12.5 do edital, será desclassificada a Proposta Técnica da licitante Madre Marketing & Comunicação por apresentar elementos que possibilitaram a identificação da autoria de sua Campanha: "Enfermagem: o Cuidado que Move a Vida". Os trabalhos tiveram prosseguimento ao longo dos dias 13 e 14 de agosto de 2025, sendo encerrados às 15h00 do dia quatorze de agosto de dois mil e vinte e cinco. Concluídas as análises e totalizações, procedeu-se à impressão e assinatura dos documentos referentes ao julgamento dos quesitos "Capacidade de Atendimento", "Repertório" e "Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação", para posterior encaminhamento à Comissão de Contratações do Coren-RN. Assim, a Subcomissão Técnica de Julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência nº 01/2025 encerrou os trabalhos relacionados ao julgamento técnico do Invólucro nº 3 – via identificada, lavrando-se a presente ata, que segue assinada por todos:

Flavio Ferreira Lima



Sthefanny Cristhina de Sousa



Keven Vieira Jordão



QUESITO		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		80,00
S u b q u e s i t o	I. Raciocínio Básico	10,00
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00
	III. Ideia Criativa	30,00
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	15,00
2. Capacidade de Atendimento		10,00
3. Repertório		5,00
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		5,00
		<b>100,00</b>

CONCORRÊNCIA Nº 01/ 2025 - COREN RN

**Julgador 2 - Sthefanny Cristhina de Sousa**

*Avaliação do Envelope 03*



**SUBQUESITO: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (10 pontos)**

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa
a) A operacionalidade do relacionamento entre COREN-RN e a licitante e o fluxo de trabalho esquematizado na proposta; (máx. 2,0 pontos)	0	0,1 a 1,0	2,0	2,0	Capacidade de atendimento é adequada. Destaco que em relação a quantificação dos profissionais, seria interessante um número mais elevado. O mesmo pensamento em relação a quantidade de clientes atendidos.
b) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; (máx. 2,0 pontos)	0	0,1 a 1,0	2,0	1,0	
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do COREN-RN; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,0	
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
e) 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 COREN-RN, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
f) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
<b>Total</b>				<b>8,5</b>	

**SUBQUESITO: REPERTÓRIO (5,0 pontos)**

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; (máx. 2 pontos)	0	0,1 a 1,0	2,0	1,5	Repertório atende. Destaco que seria interessante cases mais impactantes.
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
c) A clareza da exposição das informações prestadas; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,0	
<b>Total</b>				<b>4,0</b>	

**SUBQUESITO: RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (5,0 pontos)**

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa
a) A evidência de planejamento publicitário; (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	1,25	Atende plenamente.
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	1,25	
c) A relevância dos resultados apresentados; (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	1,25	
d) A concatenação lógica da exposição (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	1,25	
<b>Total</b>				<b>5,0</b>	

**SUBQUESITO: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (10 pontos)**

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa
a) A operacionalidade do relacionamento entre COREN-RN e a licitante e o fluxo de trabalho esquematizado na proposta; (máx. 2,0 pontos)	0	0,1 a 1,0	2,0	2,0	Capacidade de atendimento é adequada. Destaco que em relação ao porte e tradição dos clientes, seria interessante ter clientes públicos.
b) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; (máx. 2,0 pontos)	0	0,1 a 1,0	2,0	1,5	
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do COREN-RN; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
e) 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 COREN-RN, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
f) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
<b>Total</b>				<b>9,5</b>	

**SUBQUESITO: REPERTÓRIO (5,0 pontos)**

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; (máx. 2 pontos)	0	0,1 a 1,0	2,0	1,0	Destaco que seria interessante cases com maior planejamento publicitário, com maior clareza na exposição das ideias. As peças poderiam ter sido apresentadas com melhor acabamento.
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	0,8	
c) A clareza da exposição das informações prestadas; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,0	
<b>Total</b>				<b>2,8</b>	

**SUBQUESITO: RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (5,0 pontos)**

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa
a) A evidência de planejamento publicitário; (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	1,0	Faltou detalhar mais o planejamento publicitário, explicando de forma mais consistente as soluções de cada problema. Os resultados alcançados carecem de maior validação.
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	1,0	
c) A relevância dos resultados apresentados; (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	0,7	
d) A concatenação lógica da exposição (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	0,7	
<b>Total</b>				<b>3,4</b>	

QUESITO		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		80,00
S u b q u e s i t o	I. Raciocínio Básico	10,00
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00
	III. Ideia Criativa	30,00
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	15,00
2. Capacidade de Atendimento		10,00
3. Repertório		5,00
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		5,00
		<b>100,00</b>

CONCORRÊNCIA Nº 01/ 2025 - COREN RN

**Julgador 1 - Flavio Ferreira**

Avaliação do Envelope 03

*Flavio Ferreira*

**SUBQUESITO: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (10 pontos)**

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa
a) A operacionalidade do relacionamento entre COREN-RN e a licitante e o fluxo de trabalho esquematizado na proposta; (máx. 2,0 pontos)	0	0,1 a 1,0	2,0	2,0	<i>Atende parcialmente conforme atributos de julgamento. Nota-se que poderia haver mais clientes de grande porte e que a equipe técnica poderia ser mais robusta.</i>
b) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; (máx. 2,0 pontos)	0	0,1 a 1,0	2,0	1,0	
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do COREN-RN; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,0	
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,0	
e) 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 COREN-RN, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
f) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,0	
<b>Total</b>				<b>7,5</b>	

**SUBQUESITO: REPERTÓRIO (5,0 pontos)**

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; (máx. 2 pontos)	0	0,1 a 1,0	2,0	1,0	<i>Atende parcialmente conforme atributos de julgamento. A ideia criativa poderia ser mais bem detalhada e com maior clareza na exposição das informações.</i>
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
c) A clareza da exposição das informações prestadas; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,0	
<b>Total</b>				<b>3,5</b>	

**SUBQUESITO: RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (5,0 pontos)**

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa
a) A evidência de planejamento publicitário; (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	1,0	<i>Atende parcialmente conforme atributos de julgamento. Nota-se que poderia ter evidenciado mais o planejamento publicitário.</i>
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	1,25	
c) A relevância dos resultados apresentados; (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	1,25	
d) A concatenação lógica da exposição (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	1,0	
<b>Total</b>				<b>4,5</b>	

**SUBQUESITO: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (10 pontos)**

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa
a) A operacionalidade do relacionamento entre COREN-RN e a licitante e o fluxo de trabalho esquematizado na proposta; (máx. 2,0 pontos)	0	0,1 a 1,0	2,0	2,0	<i>Atende parcialmente conforme atributos de julgamento. Nota-se que poderia haver mais clientes de grande porte, da área pública e da saúde, bem como poderia ter detalhado melhor os recursos materiais.</i>
b) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; (máx. 2,0 pontos)	0	0,1 a 1,0	2,0	1,0	
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do COREN-RN; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
e) 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 COREN-RN, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
f) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
<b>Total</b>				<b>9,0</b>	

**SUBQUESITO: REPERTÓRIO (5,0 pontos)**

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; (máx. 2 pontos)	0	0,1 a 1,0	2,0	1,0	<i>Atende parcialmente conforme atributos de julgamento. Qualidade e acabamento das peças deixa a desejar. A apresentação e exposição das informações poderia ser mais organizada e a ideia criativa poderia ser mais elaborada. Erro grave na apresentação de cases no Envelope 1 e também no envelope 3 (Reis Magos, Viva Shopping e Reserva Boulevard), resultando na identificação da autoria da campanha.</i>
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	0,5	
c) A clareza da exposição das informações prestadas; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,0	
<b>Total</b>				<b>2,5</b>	

**SUBQUESITO: RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (5,0 pontos)**

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa
a) A evidência de planejamento publicitário; (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	0,5	<i>Atende parcialmente conforme atributos de julgamento. Nota-se que poderia ter evidenciado mais o planejamento publicitário. Deixou a desejar na consistência das estratégias propostas para cada problema e os respectivos resultados obtidos, com apresentação de mais dados.</i>
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	0,5	
c) A relevância dos resultados apresentados; (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	1,0	
d) A concatenação lógica da exposição (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	1,0	
<b>Total</b>				<b>3,0</b>	

QUESITO		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		80,00
S u b q u e s i t o	I. Raciocínio Básico	10,00
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00
	III. Ideia Criativa	30,00
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	15,00
2. Capacidade de Atendimento		10,00
3. Repertório		5,00
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		5,00
		<b>100,00</b>

CONCORRÊNCIA Nº 01/ 2025 - COREN RN

Julgador 3 - Keven Vieira Jordão

Avaliação do Envelope 03

**SUBQUESITO: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (10 pontos)**

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa
a) A operacionalidade do relacionamento entre COREN-RN e a licitante e o fluxo de trabalho esquematizado na proposta; (máx. 2,0 pontos)	0	0,1 a 1,0	2,0	2,0	Atende parcialmente. Única ressalva é que seria bom ter mais clientes de tradição, bem como mais profissionais a disposição.
b) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; (máx. 2,0 pontos)	0	0,1 a 1,0	2,0	1,5	
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do COREN-RN; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,0	
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
e) 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 COREN-RN, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
f) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,0	
<b>Total</b>				<b>8,5</b>	

**SUBQUESITO: REPERTÓRIO (5,0 pontos)**

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; (máx. 2 pontos)	0	0,1 a 1,0	2,0	1,0	Atende parcialmente. Única ressalva é que poderia detalhar melhor a ideia criativa diante do problema que propôs a resolver.
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
c) A clareza da exposição das informações prestadas; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
<b>Total</b>				<b>4,0</b>	

**SUBQUESITO: RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (5,0 pontos)**

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa
a) A evidência de planejamento publicitário; (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	1,25	Atende plenamente.
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	1,25	
c) A relevância dos resultados apresentados; (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	1,25	
d) A concatenação lógica da exposição (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	1,25	
<b>Total</b>				<b>5,0</b>	

**SUBQUESITO: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (10 pontos)**

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa
a) A operacionalidade do relacionamento entre COREN-RN e a licitante e o fluxo de trabalho esquematizado na proposta; (máx. 2,0 pontos)	0	0,1 a 1,0	2,0	2,0	Atende parcialmente. Única ressalva é que seria importante ter clientes da área pública e da área da saúde, representando experiência com conta similar.
b) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; (máx. 2,0 pontos)	0	0,1 a 1,0	2,0	1,0	
c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do COREN-RN; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
e) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de regulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do COREN-RN, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
f) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,5	
<b>Total</b>				<b>9,0</b>	

**SUBQUESITO: REPERTÓRIO (5,0 pontos)**

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa
a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; (máx. 2 pontos)	0	0,1 a 1,0	2,0	1,0	Atende parcialmente. Qualidade das peças deixa a desejar, bem como falta de planejamento na exposição das ideias. A Peça 03 - Viva Shopping, Peça 04 - Reis Magos e Peça 05 Reserva Boulevard possui correlação com o material apresentado no envelope 01 - não identificado, possibilitando a identificação da autoria do plano de comunicação.
b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,0	
c) A clareza da exposição das informações prestadas; (máx. 1,5 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,5	1,0	
<b>Total</b>				<b>3,0</b>	

**SUBQUESITO: RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (5,0 pontos)**

Critério objetivo	Não Atende	Atende Parcialmente	Atende Plenamente	Nota Atribuída	Justificativa
a) A evidência de planejamento publicitário; (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	1,00	Atende parcialmente. Os resultados apresentados carecem de mais números para representar a relevância. As informações de estratégia e planejamento são superficiais.
b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	1,00	
c) A relevância dos resultados apresentados; (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	0,50	
d) A concatenação lógica da exposição (máx. 1,25 pontos)	0	0,1 a 1,0	1,25	1,00	
<b>Total</b>				<b>3,5</b>	

