

Item do IC					
5.1.1.1 Plano de Comunicação Publicitária (até 65 pontos): Será constituído por Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no Briefing – Anexo I e nas orientações deste Instrumento, observadas especialmente as seguintes orientações:	 Critérios técnicos (até 100 pontos)	Empresa 1 - Moove	Empresa 2 - Engenho de Ideias	Empresa 3 - Euro	Empresa 4 - Veranno
5.1.1.1 - A	A) Raciocínio Básico (até 10 pontos): Desenvolvido por meio de textos nos quais a concorrente fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Invest RS, sua compreensão sobre o objeto do Instrumento e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no Briefing. Avalia-se: a.1) O papel e as funções da Invest RS nos cenários social, político e econômico (até 2,5 pontos); a.2) A natureza, o alcance e a qualidade da relação da Invest RS com seus diferentes públicos (até 2,5 pontos); a.3) As características e atividades da Invest RS relevantes para a estratégia de comunicação (até 2,5 pontos); a.4) O objetivo, a extensão do contrato e o desafio expresso no Briefing (até 2,5 pontos).	Média das três notas 8,00 + 10,00 + 10,00	Média das três notas 10,00 + 10,00 + 9,00	Média das três notas 10,00 + 10,00 + 10,00	Média das três notas 10,00 + 9,80 + 8,00
	Pontuação	9,33	9,66	10,00	9,26
5.1.1.1 - B	Estratégia de Comunicação Publicitária (até 20 pontos): Desenvolvida por meio de textos, nos quais a proponente apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos expressos no Briefing, explicitando: "o que dizer", "a quem dizer", "como dizer", "quando dizer" e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar: b.1) Adequação do tema e do conceito propostos à identidade da Invest RS e ao seu desafio de comunicação (até 5 pontos); b.2) Lógica, coerência e consistência dos argumentos usados para defender o tema e o conceito (até 5 pontos); b.3) Potencial do conceito para gerar desdobramentos positivos na comunicação com os públicos (até 5 pontos); b.4) Viabilidade e eficiência da estratégia para resolver o desafio do Briefing (até 5 pontos).	Média das três notas 17,00 + 16,00 + 20,00	Média das três notas 18,00 + 16,00 + 15,00	Média das três notas 18,00 + 20,00 + 10,00	Média das três notas 19,00 + 16,00 + 10,00
	Pontuação	17,66	16,33	16,00	15,00
5.1.1.1 - C	Ideia criativa (até 20 pontos): A proponente apresentará conteúdo criativo para proposta de campanha publicitária, devendo listar todas as peças e ou material que compõem a campanha e escolher até 5 (cinco) exemplos representativos (em pen-drive, nos formatos mp4, mp3, pdf, jpg ou png). Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: "carrossel redes", "outdoor", "cartaz", "filme TV", "spot rádio", "anúncio revista"). Avalia-se: c.1) Alinhamento com o desafio de comunicação expresso no Briefing (até 5 pontos); c.2) Sintonia com a estratégia de comunicação proposta (até 5 pontos); c.3) Adequação ao perfil e universo cultural dos públicos-alvo (até 5 pontos); c.4) Múltiplas interpretações favoráveis à instituição e clareza das funções táticas das peças (até 5 pontos).	Média das três notas 18,00 + 15,00 + 20,00	Média das três notas 19,00 + 12,00 + 10,00	Média das três notas 18,00 + 18,00 + 12,00	Média das três notas 18,00 + 16,00 + 10,00
	Pontuação	17,66	13,66	16,00	14,66
5.1.1.1 - D	Estratégia de mídia e não mídia (até 15 pontos): Desenvolvida por meio de textos, tabelas, gráficos ou planilhas, apresentando justificativa estratégica, táticas recomendadas em função da verba referencial e simulação do plano de distribuição (com preços de tabela cheia, sem descontos de agência ou custos internos). Avalia-se: d.1) Conhecimento sobre os hábitos de consumo de comunicação do público prioritário (até 3 pontos); d.2) Capacidade analítica evidenciada na interpretação desses hábitos (até 3 pontos); d.3) Coerência e consistência do plano simulado de veiculação em relação aos hábitos do público (até 3 pontos); d.4) Uso inteligente, oportuno e econômico dos canais próprios de comunicação da Invest RS (até 3 pontos); d.5) Eficiência e economia na aplicação do orçamento de mídia em função da verba do Briefing (até 3 pontos).	Média das três notas 13,00 + 12,00 + 12,00	Média das três notas 14,00 + 15,00 + 10,00	Média das três notas 14,00 + 12,00 + 10,00	Média das três notas 15,00 + 12,00 + 12,00
	Pontuação	12,33	13,00	12,00	13,00

5.1.1.2	5.1.1.2. Capacidade de atendimento (até 15 pontos): Avalia a: i) Relação de Clientes: Apresentação da lista dos principais clientes ativos na data da proposta, indicando a data de início do atendimento de cada um; ii) Equipe Técnica: Quantificação e qualificação (via currículo resumido com nome, formação e experiência) dos profissionais dedicados ao contrato nas áreas de planejamento, criação, produção, mídia e atendimento, e iii) Sistemática e Prazos: Descrição do fluxo de trabalho e dos prazos operacionais praticados para criação de peças avulsas, campanhas e planos de mídia. a) Porte, tradição e relevância da relação de clientes atuais ativos e data de início do atendimento (até 3 pontos); b) Experiência e qualificação (via currículo resumido) da equipe técnica dedicada (Planejamento, Criação, Produção, Mídia e Atendimento) (até 3 pontos); c) Qualidade da infraestrutura, instalações e recursos materiais para execução do contrato (até 3 pontos); d) Eficiência da sistemática de atendimento, fluxos e prazos operacionais praticados para criação e mídia (até 3 pontos); e) Ferramentas, pesquisas, auditorias e dados de mercado disponibilizados gratuitamente para a Invest RS (até 3 pontos).	Média das três notas 13,50 + 10,00 + 12,50	Média das três notas 14,50 + 8,00 + 13,50	Média das três notas 14,00 + 13,00 + 15,00	Média das três notas 14,00 + 11,00 + 15,00
	Pontuação	12,00	12,00	14,00	13,33
5.1.1.3	Portfólio e cases de sucesso (até 20 pontos): A proponente deverá apresentar 02 cases de sucesso, veiculados a partir de 1o de janeiro de 2020, demonstrando sua capacidade de planejamento estratégico, criação e resolução de problemas de marca. A apresentação de apenas 01 case implicará pontuação proporcional. • Cada Case de Sucesso deverá ser composto por: i) Relato estratégico dos cases de sucesso: Descrição sucinta do problema de comunicação enfrentado pelo cliente, o diagnóstico, a estratégia adotada e os resultados alcançados. O relato deve conter a identificação do cliente, e ii) Peças de portfólio (até 3 peças por case): Apresentação das peças e/ou materiais (gráficos, digitais, áudios ou vídeos) que materializaram a solução do problema descrito nos relatos, acompanhadas de suas respectivas fichas técnicas. • Avalia-se: a) Comprovação de planejamento publicitário e diagnóstico no relato estratégico do cliente (até 5 pontos); b) Clareza na relação de causa e efeito entre o problema de marca e a solução adotada (até 5 pontos); c) Relevância, impacto dos resultados alcançados e concatenação lógica da exposição (até 5 pontos); d) Qualidade técnica, originalidade, execução e acabamento das peças de repertório do case (até 3 peças por case, com ficha técnica e entregues em pen-drive) (até 5 pontos).	Média das três notas 15,00 + 16,00 + 13,00	Média das três notas 15,00 + 14,00 + 12,50	Média das três notas 18,00 + 18,00 + 15,50	Média das três notas 20,00 + 17,00 + 20,00
	Pontuação	14,66	13,83	17,16	19,00
	🔥 Proposta de Preço (até 100 pontos) Condições Gerais e Limites da Proposta de Preço: A Proposta de Preço deverá informar os percentuais de honorários sobre serviços terceirizados, a remuneração por intermediação de mídia e o desconto concedido sobre a tabela de custos internos. As propostas serão pontuadas de acordo com a proporcionalidade aritmética dos valores apresentados, devendo observar obrigatoriamente os seguintes limites: • Serviços Terceirizados e Especiais: Serão aceitos percentuais de honorários entre 5% (cinco por cento) e 15% (quinze por cento) sobre os custos de produção e execução técnica de peças, planejamento e execução de pesquisas de mercado ou desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação. • Intermediação de Mídia: Nos casos em que os veículos de mídia não remunerem a agência pelo Desconto Padrão, não será aceita remuneração superior a 20% (vinte por cento) sobre o valor da mídia adquirida. A) Valor do Fee Mensal Básico (Até 40 pontos) a.1) Descrição: Avalia a proposta econômica para a prestação contínua dos serviços básicos do contrato (atendimento, planejamento, criação, mídia e acompanhamento). a.2) Limite de Aceitabilidade: Não serão aceitas propostas com Fee Mensal superior a R\$25.000,00 (vinte e cinco mil reais). Propostas acima deste teto serão desclassificadas. a.3) Critério de Pontuação: A proposta com o menor valor de Fee Mensal receberá a pontuação máxima (40 pontos). As demais serão pontuadas de forma inversamente proporcional, pela fórmula: Pontuação Quesito1 = 40 * $\frac{\text{MenorFeeMensalOfertado}}{\text{FeeMensalOfertado}}$	24.900,00	24.000,00	17.500,00	18.000,00
	Pontuação	28,11	29,17	40,00	38,89

5.1.2.1	B) Honorários sobre Serviços Terceirizados e Especiais (Até 20 pontos) b.1) Descrição: Avalia o percentual de honorários sobre os custos de produção externa de peças, planejamento/execução de pesquisas de mercado e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação. b.2) Limites de Aceitabilidade: Serão aceitas propostas com honorários entre 5% e 15%. b.3) Critério de Pontuação: A proposta com o menor percentual de honorários receberá a pontuação máxima (20 pontos). As demais serão pontuadas de forma inversamente proporcional, pela fórmula: Pontuação Quesito2 = 20 × MenorPercentualdeHonoráriosOfertado (PercentualOfertado)	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
	Pontuação	20,00	20,00	20,00	20,00
	C) Remuneração por Intermediação de Mídia sem Desconto Padrão (Até 20 pontos) c.1) Descrição: Avalia o percentual de remuneração sobre a contratação de mídia nos casos em que o veículo não concede o Desconto Padrão de Agência. c.2) Limite de Aceitabilidade: Não será aceita remuneração superior a 20%. c.3) Critério de Pontuação: A proposta com o menor percentual de remuneração receberá a pontuação máxima (20 pontos). As demais serão pontuadas de forma inversamente proporcional, pela fórmula: Pontuação Quesito 3 = 20 × MenorPercentualdeRemuneraçãoOfertado (PercentualOfertado)	15,00%	10,00%	1,00%	5,00%
	Pontuação	1,33	2,00	20,00	4,00
	D) Desconto sobre a Tabela de Custos Internos - Sinapro/RS (Até 20 pontos) d.1) Descrição: Avalia o percentual de desconto concedido sobre a Lista de Referência de Custos Internos do Sinapro/RS para eventuais demandas extraordinárias que excedam a franquia mínima contratada. d.2) Critério de Pontuação: A proposta com o maior percentual (%) de desconto, limitado a 50%, receberá a pontuação máxima (20 pontos). As demais serão pontuadas de forma diretamente proporcional, pela fórmula: Pontuação Quesito 4 = 20 × PercentualdeDescontoOfertado (MaiorPercentualdeDescontoOfertado)	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%
	Pontuação	20,00	20,00	20,00	20,00
Pontuação Técnica		83,64	78,48	85,16	84,25
Pontuação Preço		69,45	71,17	100,00	82,89
Pontuação Final		79,38	76,29	89,61	83,84
1º Lugar - Euro					
2º Lugar - Veranno					
3º Lugar - Moove					
4º Lugar - Engenho de Ideias					