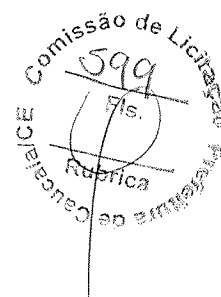


PREFEITURA DE CAUCAIA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 2021.11.09.01. - DIVERSAS



ATA DE JULGAMENTO, PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA, DOS PLANOS DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (INVÓLUCRO Nº 1, VIA NÃO IDENTIFICADA)

No período de 22 a 25 de fevereiro de 2022, no Departamento de Gestão de Licitações, Caucaia/CE, reuniram-se os membros da Subcomissão Técnica, abaixo assinados, para análise e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária, Via Não Identificada, dos licitantes participantes da Concorrência Pública Nº 2021.11.09.01. - DIVERSAS, cujo objeto é a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente e que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

A Subcomissão Técnica iniciou os seus trabalhos com a leitura da ata da primeira sessão pública em que a Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura de Caucaia relata os procedimentos e registra as ocorrências referentes ao recebimento das Propostas Técnicas e de Preços. A seguir procedeu a verificação e constatou que os invólucros de nº 1, bem como os cadernos e as peças não apresentavam danos, deformações, marcas, sinais ou etiquetas que possibilitassem a identificação dos concorrentes. Foi então lido o *briefing* e os dispositivos do Edital pertinentes à apresentação, análise e julgamento das Propostas Técnicas.

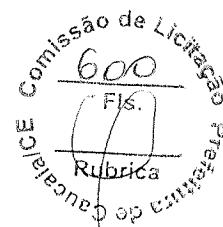
Discutida e aprovada a metodologia a ser adotada no decorrer dos trabalhos, a Subcomissão Técnica elaborou as planilhas de avaliação por membro e por empresa, considerando os quatro subquestos e respectivas pontuações do Plano de Comunicação Publicitária, que totalizam 65 pontos, no máximo. Os referidos subquestos são: Raciocínio Básico (máximo 10 pontos), Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo 20 pontos), Ideia Criativa (máximo 25 pontos) e Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo de 10 pontos). As alíneas de cada um desses subquestos, previstas no subitem 12 do Edital, são os critérios constantes da planilha de avaliação.



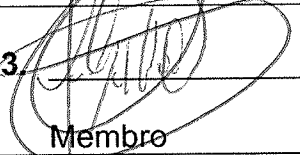
Adotaram-se as letras **A, B, C, D e E** para as licitantes e afixou-se uma etiqueta com o número respectiva no invólucro de cada proponente, assim como nas suas propostas e peças. Procedeu-se então a leitura de cada proposta técnica não identificada por um membro da Subcomissão, iniciada pelo Raciocínio Básico e finalizada pela Ideia Criativa, acompanhada pela apresentação e avaliação das peças. Após cada membro avaliar os três primeiros quesitos - Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação

Publicitária e Ideia Criativa - foi realizada a leitura da Estratégia de Mídia e Não Mídia, para posterior avaliação e atribuição de notas individuais e a média de cada agência, bem como a formulação das justificativas que as fundamentaram em cada caso.

Por fim, a Subcomissão junta a esta Ata, a planilhas com as notas das licitantes, cuja média aritmética teve por base a avaliação individual dos membros da Subcomissão, as justificativas correspondentes e, ainda, o invólucro de nº 1 das licitantes etiquetados para integrar o processo.

Caucaia/CE, 24 de fevereiro de 2022



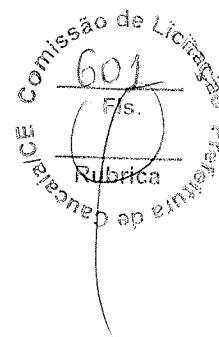
1. 	2. 	3. 
Membro	Membro	Membro

PREFEITURA DE CAUCAIA

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSOS

PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SUBCOMISSÃO TÉCNICA



PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA

SUBQUESITOS/ LICITANTES	Raciocínio Básico	Estratégia de Comunicação Publicitária	Ideia Criativa	Estratégia de Mídia e Não Mídia	Plano De Comunicação (Nota da Proposta Técnica não Identificada)
A	9,67	19,67	24,67	9,67	63,67
B	8,33	16,67	21,33	8,67	55,00
C	6,67	14,33	17,67	7,33	46,00
D	4,67	13,33	6,67	5,33	30,00
E	9,67	19,00	23,33	9,67	61,67

Membro 1.

Jhon Clayton da Silva Ribeiro

Membro 2.

Evandro Nogueira de Souza

Membro 3.

Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



Agencia	Conceito
A	Caucaia: Pronta para Crescer com você.
B	Bons Ventos te Chamam.
C	Lazer ou negocio? Caucaia.
D	Caucaia é um belo negocio. Diversifique seus investimentos.
E	Caucaia, o melhor destino para curtir e investir.

CÓDIGO DA LICITANTE: A		DATA: De 22 a 24/02/2022		
SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Raciocínio Básico	10	2	10	<p>O raciocínio destaca o modelo de governança da atual gestão da Prefeitura de Caucaia, o seu empenho em compartilhar desafios com a população em face dos cenários social, político e econômico. Informa as vantagens competitivas do município em razão da sua infraestrutura, das características do seu território e das potencialidades de suas atrações turísticas.</p> <p>Trata das múltiplas possibilidades de geração de emprego e renda e cita a população, com suas características próprias, como mais um elemento capaz de despertar interesse e encantar visitantes e investidores.</p>

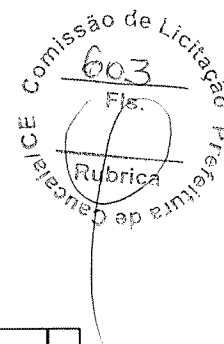
Assinatura: _____

Julgador 1: Jhon Clayton da Silva Ribeiro

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: A	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Raciocínio Básico	10	2	9	A narrativa situa de um modo geral os desafios da Prefeitura de Caucaia ao desenvolver e divulgar políticas públicas voltadas para a atração de investimentos e a geração de emprego e renda assentadas no turismo. Faz indicações sobre as vantagens competitivas do seu posicionamento geográfico, de sua infraestrutura e do empenho em compartilhar iniciativas com o seu povo.

Assinatura: Evandro Nogueira de Souza

Julgador 2: Evandro Nogueira de Souza

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA LICITANTE: A DATA: De 22 a 24.02.2022



SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Raciocínio Básico	10	2	10	A diversidade do território de Caucaia – praia, serra e sertão - da história, dos esportes e da gastronomia figuram com destaque no texto como atrativos capazes de encantar turistas e investidores de Caucaia. Buscando colher os frutos de seus diferenciais qualitativos, a atual Administração amplia e redefine seu papel e suas funções e divide com o povo suas atribuições. O raciocínio acentua que Caucaia é plural, diversa, constante em crescimento e tudo isso demanda agilidade e seriedade na condução de políticas públicas que possibilitem inclusão social e superação das diferentes etapas do seu desenvolvimento duradouro.

Assinatura: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

Julgador 3: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: A	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia De Comunicação Publicitária	20	4	20	<p>O conceito "Caucaia: pronta para crescer com você" referenda a decisão, já anunciada no Raciocínio Básico, de adoção de um novo modelo de administração pública. A diretriz é esposada e crescer junto com todos os públicos e em todos os segmentos econômicos e isso pode ser demonstrado pelos desdobramentos do conceito.</p> <p>Tem consistência lógica e pertinência os argumentos em defesa da estratégia que foca igualmente nos públicos internos e externos. Cores, formas, personagens são pertinentes e demonstram conhecimento sobre a Prefeitura de Caucaia, atendem ao desafio de comunicação e formam um mix capaz de sensibilizar todos os públicos.</p>

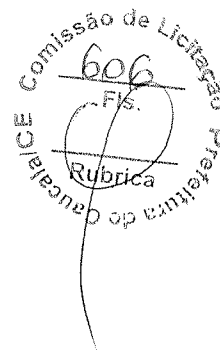
Assinatura: _____

Julgador 1: Jhon Clayton da Silva Ribeiro

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: A	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia De Comunicação Publicitária	20	4	19	Partido temático e conceito em harmonia com o exposto no Raciocínio Básico. Desdobramentos comunicativos bem apresentados e defendidos. Narrativa informa e esclarece de modo adequado e consistente o problema específico de comunicação, os públicos e as metas a alcançar.

Assinatura:

Evandro Nogueira de Souza

Julgador 2: Evandro Nogueira de Souza

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: A	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESTO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia De Comunicação Publicitária	20	4	20	A argumentação serve a uma estratégia bem direcionada a Caucaia, a sua nova gestão com desafios próprios, seu papel e suas funções. O conceito é claro e objetivo: um chamamento a parceria, a atuação conjunta de todos os públicos. A intenção é evidenciar um sentimento de pertencimento sem limites unindo todos os que queiram atuar e crescer através da participação em atividades turísticas. Demonstra a estratégia a capacidade da licitante de bem ordenar conhecimentos sobre a Prefeitura de Caucaia, os mercados em que está inserida e como realizar o desafio de comunicação sendo capaz de atrair investimentos internos e externos que possam fortalecer o turismo e, de um modo geral, a economia do município.

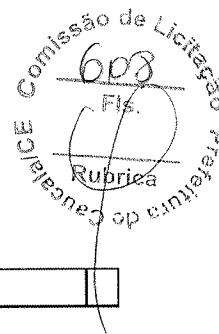
Assinatura: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

Julgador 3: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: A DATA: De 22 a 24.02.2022

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Ideia Criativa	25	5	25,0	As peças corporificadas são: 1. "Filme de 30"; 2. Post carrossel; 3. Frontlight; 4. Mídia aeroportuária; 5. Hotsite; 6. Spot 30"; 7. Web série; 8. Empena; 9. Backbus e 10. Web Banner (mídia programática). O esforço de comunicação é complementado por mais seis peças não corporificadas. O conjunto de mídias, não mídias e mídias para as redes sociais busca alcançar todos os públicos que circulam por espaços diversos. Mensagens atendem ao tempo de visualização de cada meio proposto e as imagens, os formatos e as cores realçam a natureza e os personagens.

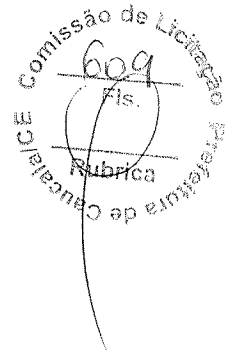
Assinatura:

Julgador 1: Jhon Clayton da Silva Ribeiro

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: A	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Ideia Criativa	25	5	24	O proposito da licitante, segundo a sua Ideia Criativa, é mostrar em todas as telas e outros engenhos publicitários uma cidade e sua gente ao caminhar, produzir e desfrutar todas as possibilidades proporcionadas pelo turismo. Na TV aberta, no ambiente digital, no rádio e nas ruas, a proposta é fazer circular as mensagens de forma interativa, umas remetendo as outras, mantendo e reforçando a lembrança de que Caucaia está "pronta para crescer com você".

Assinatura:

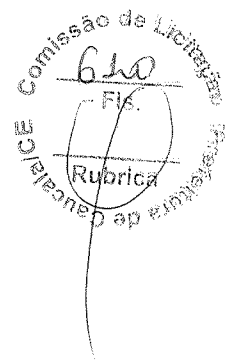
Evandro Nogueira de Souza

Julgador 2: Evandro Nogueira de Souza

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: A	DATA: De 22 a 25.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Ideia Criativa	25	5	25	A paleta de cores remete a uma identidade visual identificada com os dias atuais e busca destacar os encantos de serras, praias e sertões. Laranja, magenta e azul ganham formas como se fossem dispostas em uma tela com um pincel. Contribuem para uma composição simples, adequadas a todos os segmentos do público-alvo, inovadora e criativa. Cores e gente – o boiadeiro, a fotografa, o kitsurista, o ciclista, o garçom – são apresentados destacando as ambiências e seus fazeres e saberes. Os títulos emoldurados e a hashtag #caucaiapravc somam modernidade e tradição. Evidenciam adequação ao desafio de comunicação e a estratégia e possibilitam múltiplas interpretações.

Assinatura: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

Julgador 3: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: A	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	2	10	A Estratégia de Mídia e Não Mídia define o público-alvo, as praças, o tempo de duração da campanha – de 17 de janeiro a 15 de fevereiro de 2022 - e seleciona meios tendo como objetivo “alto alcance, alta frequência e continuidade concentrada”. Apresenta a cobertura da TV Aberta somando satélite e antena indicando como fonte a base Jovedata, atualizada em 22.03.2020. Para outras indicações a fonte é o Kantar IBOPE Mídia Target Group Index-Br. TG 2020 I janeiro19-dezembro19. A licitante apresentou um plano simulado de peças consistente em relação aos hábitos de consumo de comunicação dos públicos e pertinência, oportunidade e economicidade na distribuição da verba, inclusive dos recursos próprios de comunicação da Prefeitura de Caucaia.

Assinatura: _____

Julgador 1: Jhon Clayton da Silva Ribeiro

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: A	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	2	10	A verba disponível para a campanha publicitária prevista no briefing é de R\$ 700.000,00 (setecentos mil reais). A licitante apresentou planilha de investimentos com valor total de R\$ 699.890,19, reservando R\$ 546.010,19 (78%) para divulgação e R\$ 153.880,00 (22%) para a produção. Informa que os preços das inserções em veículos de comunicação são de os de “tabela cheia”, ou seja, sem nenhuma negociação para redução de custos, e vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação (21 de novembro). A relação custo/benefício demonstra a otimização verba.

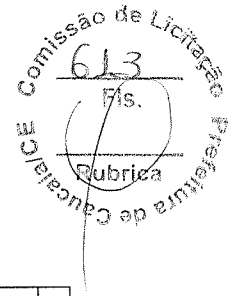
Assinatura: Evandro Nogueira de Souza

Julgador 2: Evandro Nogueira de Souza

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: A	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	2	9	Os hábitos de consumo de comunicação do público-alvo estão indicados e analisados. O plano simulado de distribuição de peças e material é consistente e a mídia de massa e segmentada contempla os públicos indicados.

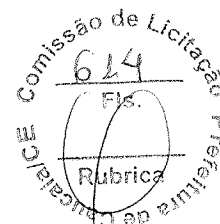
Assinatura: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

Julgador 3: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: B	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Raciocínio Básico	10	2	8	O otimismo produzido pela retomada do turismo e a oportunidade de novos negócios potencializa a economia de Caucaia, segundo a licitante. O cenário paradisíaco, conhecido no mundo pelos ventos fortes, um setor industrial competitivo no mercado global, os incentivos fiscais e as obras de infraestrutura, inclusive na área costeira, são aspectos citados como benéficos para o incremento do setor turístico. Ausência de maior detalhamento sobre as relações da Prefeitura de Caucaia com os seus públicos.

Assinatura: 

Julgador 1: Jhon Clayton da Silva Ribeiro

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: B	DATA: De 22 a 25.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Raciocínio Básico	10	2	9	O raciocínio define o papel da Prefeitura de Caucaia e informa os resultados já alcançados pelas suas iniciativas voltadas para a geração de mais postos de trabalho e renda para sua população. Destaca os cenários favoráveis e o rápido crescimento do turismo e aponta a relevância da publicidade na promoção de Caucaia como oportunidade de negócio, aliada na tarefa de promover a atração e o crescimento dos negócios internos e externos através do turismo. Revelou poucas informações sobre as funções da Prefeitura de Caucaia nos atuais contextos político, social e econômico e a qualidade de suas relações com seus públicos.

Assinatura: Evandro Nogueira de Souza

Julgador 2: Evandro Nogueira de Souza



CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA LICITANTE: B	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESTO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Raciocínio Básico	10	2	8	A dissertação posiciona Caucaia como cidade estratégica, bem situada no Ceará como polo de desenvolvimento que agrega turismo e outras atividades econômicas. Aborda as funções que necessitam ser exercidas pelos agentes públicos e privados e revela o papel da publicidade, parceira nos incentivos e promoção do desenvolvimento constante e repartido com todos. Relações da Prefeitura de Caucaia com seus públicos pouco evidenciadas.

Assinatura: _____

Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

Julgador 3: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: B	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia De Comunicação Publicitária	20	4	18	A licitante indica a fonte de inspiração de sua campanha, os ventos fortes, como um irresistível chamamento capaz de gerar negócios internacionais. "O vento levou seu protagonismo para o slogan da campanha", informa o texto. Daí o conceito: "Bons ventos te chamam". Na composição gráfica os ventos ganham movimento e formam espirais. O desejo é produzir ondas coloridas capazes de envolver e atrair os públicos. A argumentação em defesa do conceito demonstra consistência lógica, adequação. A estratégia para a solução do desafio de comunicação é pouco explícita sobre as metas e os resultados que a Prefeitura de Caucaia deseja alcançar com o esforço publicitário.

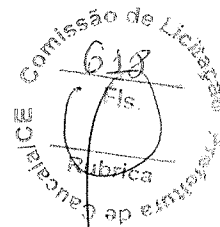
Assinatura:

Julgador 1: Jhon Clayton da Silva Ribeiro

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: B	DATA: De 22 a 25.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESTO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia De Comunicação Publicitária	20	4	15	Narrativa demonstra a importância da estratégia para o sucesso da comunicação publicitária. O conceito “Bons ventos te chamam” é bem defendido, mas a licitante não revela o seu partido temático nem demonstra os possíveis desdobramentos. Há pouca articulação dos conhecimentos sobre a Prefeitura de Caucaia, os relacionamentos com seus públicos e sobre os resultados e metas que se deseja alcançar.

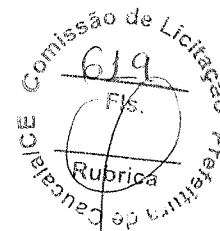
Assinatura: Evandro Nogueira de Souza

Julgador 2: Evandro Nogueira de Souza

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: B DATA: De 22 a 25.02.2022

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia De Comunicação Publicitária	20	4	17	O conceito “Bons ventos te chamam” demonstra pertinência com o desafio geral de comunicação expresso no briefing. Em uma campanha exemplo voltada para a multiplicação das oportunidades de trabalho, a redução das desigualdades sociais e a atração de investimentos na área do turismo, o conceito representa bem um convite. É um chamamento para surfar em “bons ventos”: aproveitar as boas ofertas representadas por uma infraestrutura competitiva, localização estratégica para os negócios, mão de obra qualificada. Os públicos que o esforço publicitário deseja alcançar estão identificados, bem como as metas e os resultados a conquistar.

Assinatura:

Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

Julgador 3: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE


SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: B	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Ideia Criativa	25	5	21	“Três vídeos – um de 60” e dois de 15” - spot de 15”, hotsite, painel de lona para aeroporto, jornal (meia página), dois outdoors, busdoor, integram o mix de mídias selecionadas e ofertadas. Peças são parcialmente adequadas aos diversos públicos, pertinentes e exequíveis. Os formatos respeitam as características dos meios em que serão divulgadas e suas tendências atuais.

Assinatura: 

Julgador 1: Jhon Clayton da Silva Ribeiro

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA LICITANTE: B	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Ideia Criativa	25	5	23	A diversificação dos meios online e offline respeita técnicas e táticas utilizadas para demonstrar o melhor custo/benefício. Há nos materiais elementos que unificam e dão força a proposta criativa. As peças são simples, criativas, originais e comportam desdobramentos comunicativos e múltiplas interpretações e são adequadas a alguns segmentos dos públicos-alvo.

Assinatura:

Evandro Nogueira de Souza

Julgador 2: Evandro Nogueira de Souza



SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA LICITANTE: B	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------



SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Ideia Criativa	25	5	20	Algumas peças têm tratamento diferenciado. A linguagem utilizada é bem própria da peça Stotoryboard VT 15 onde a mensagem é transmitida de forma mais rápida. Já o HotSite propõe a um possível investidor as vantagens de Caucaia em inglês, espanhol e francês. Alguns segmentos do público estão contemplados pelas mensagens; outros só parcialmente.

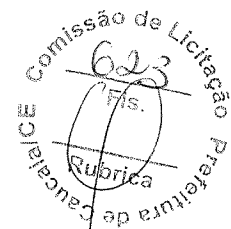
Assinatura: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

Julgador 3: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

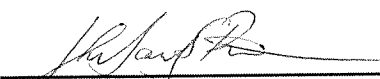
SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: B DATA: De 22 a 25.02.2022

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	2	9	A licitante indicou o período de alta estação para o desenvolvimento da campanha exercício. Ao eleger a TV aberta como principal veículo a licitante parte dos dados do Kantar Social TV Ratings que ao analisar o buzz dos programas de televisão nas redes sociais mostra que 90% dos 363 milhões de tweets gerados em 2020 sobre conteúdos de vídeos vieram na TV aberta. Os hábitos de consumo dos outros meios também estão bem justificados.

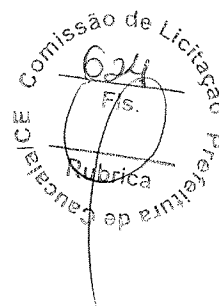
Assinatura: 

Julgador 1: Jhon Clayton da Silva Ribeiro

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: B	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	2	9	Licitante destinou R\$ 176.400,00 (25,21%) da verba para produção; R\$ 523.271,78, (74,79%) para os custos de veiculação e o total geral dos investimentos na campanha somou R\$ 699.671,78 (100%). De acordo com o edital estão discriminadas nas planilhas as peças, os programas, dias de veiculação, faixa horária, audiência, formato, número de inserções e os valores unitários e totais, absolutos e percentuais. O plano é pertinente e atende ao princípio da economicidade.

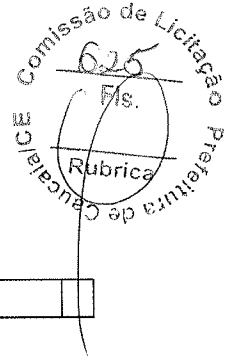
Assinatura: Evandro Nogueira de Souza

Julgador 2: Evandro Nogueira de Souza

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: B	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	2	8	Na Estratégia de Mídia e Não Mídia a licitante consegue expressar as premissas e justificativas dos procedimentos adotados. Em suas planilhas é possível ver parcial adequação da relação custo/benefício ao aplicar os recursos: utilizar verba publicitária da Prefeitura de Caucaia em veículo impresso (jornal) não é prioritário. Os hábitos de consumo de comunicação dos públicos estão definidos.

Assinatura: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

Julgador 3: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE


SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: C	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Raciocínio Básico	10	2	7	Raciocínio cita informações sobre o território, o clima e as vantagens competitivas do município de Caucaia. Trata dos diferenciais competitivos do município e destaca a sua posição estratégica na Região Metropolitana de Fortaleza. Falta análise de autoria da licitante sobre a missão da Prefeitura de Caucaia e o exercício de suas funções face ao desafio de comunicação proposta no briefing da licitação. Nada é dito sobre as carências de comunicação que precisam ser satisfeitas para que o turismo contribua para o crescimento econômico e a multiplicação dos postos de trabalho, gerando renda e bem estar para diversos segmentos da população.

Assinatura: 

Julgador 1: Jhon Clayton da Silva Ribeiro

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: C	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Raciocínio Básico	10	2	6	Narrativa dispersa cita dados geográficos e econômicos. Falta análise das funções e do papel da Prefeitura de Caucaia diante dos contextos. Também é omissa no que diz respeito às relações do Poder Executivo Municipal com os seus públicos e as características diferenciadas e relevantes do ente público para o enfrentamento do desafio de comunicação definido no briefing.

Assinatura:

Evandro Nogueira de Souza

Julgador 2: Evandro Nogueira de Souza

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: C	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Raciocínio Básico	10	2	7	O texto não demonstra compreensão dos contextos e do papel da Prefeitura de Caucaia no enfrentamento dos desafios. Falta análise da lavra da licitante sobre as relações do Poder Executivo Municipal com seus públicos e sobre as políticas públicas em curso para o desenvolvimento das atividades turísticas.

Assinatura:

Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

Julgador 3: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: C	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia De Comunicação Publicitária	20	4	14	A licitante não declara o seu partido temático e o conceito sugerido - "Lazer ou Negócios. Caucaia" – é apresentado sem desdobramentos que beneficiem a comunicação da Prefeitura de Caucaia com os seus públicos. Falta consistência lógica e maior pertinência na argumentação apresentada em defesa da Estratégia de Comunicação Publicitária e referências às metas e resultados desejados.

Assinatura: _____

Julgador 1: Jhon Clayton da Silva Ribeiro

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: C	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia De Comunicação Publicitária	20	4	15	A Estratégia indica que foi necessário conhecer os públicos-alvo, mas não define como efetivar uma comunicação capaz de sensibiliza-los e torna-los parceiros. Qual o tipo de linguagem favoreceria os diálogos. Há na estratégia muita literatura dispersa sobre o tema e pouca concatenação de ideias da própria licitante. Não demonstra saber como a Prefeitura de Caucaia se situa no mercado em que se insere e as metas que deseja alcançar com o desenvolvimento do planejamento estratégico de comunicação publicitária.

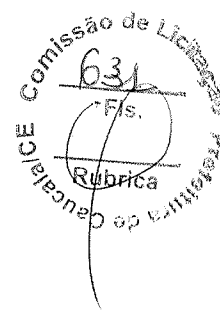
Assinatura: Evandro Nogueira de Souza

Julgador 2: Evandro Nogueira de Souza

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: C	DATA: De 22 a 25.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia De Comunicação Publicitária	20	4	14	Estratégia não contempla atributos em sua Proposta Técnica requeridos pelo edital. Ausência de análise sobre o papel a ser desempenhado pela Prefeitura de Caucaia face ao desafio de comunicação proposto no briefing; a natureza, extensão e qualidades das suas relações com os diversos e diferentes públicos. Trata de forma genérica das questões relativas à atividade turística, mas não esclarece quais necessidades devem ser satisfeitas para que se alcance êxito com a comunicação da Prefeitura de Caucaia a ser realizada.

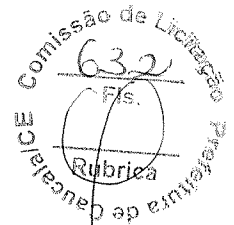
Assinatura: Filipe Tavares Pereira Valões Rocha

Julgador 3: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE


SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA

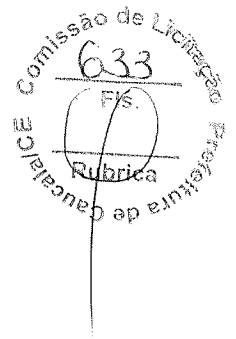


CÓDIGO DA LICITANTE: C	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Ideia Criativa	25	5	19	Propõe outdoor em “pontos estratégicos do município”, mas não revela os espaços em que a mídia seria fixada. Sugere anúncio de jornal, o que não é prioritário face ao valor da verba da campanha exercício. E mais oito peças corporificadas: 3. Banner web; 4. Backbus; 5. VT 30”; 6. Post Carrossel; 7. Relógio de rua; 8. Abrigo de ônibus e 9 e 10 – dois painéis de LED “em diversos locais de Caucaia e da Região Metropolitana de Fortaleza”. Quais? Quantos? A indefinição não permite verificar se a verba proposta para veiculação foi extrapolada. Cita e declara a função tática de mais 13 peças não corporificadas.

Assinatura: 

Julgador 1: Jhon Clayton da Silva Ribeiro



CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA LICITANTE: C	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Ideia Criativa	25	5	17	O mix das peças sugeridas para os meios é apresentado com imprecisões sobre a identificação. A peça denominada "Aeroporto", citada na alínea j da Ideia Criativa, tem formato e função tática, mas não é descrita. As peças não são criativas, originais e não comportam múltiplas interpretações.

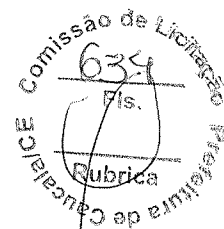
Assinatura: Evandro Nogueira de Souza

Julgador 2: Evandro Nogueira de Souza

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: C	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Ideia Criativa	25	16	17	A licitante apresenta suas peças direcionadas para mídias tradicionais, não mídias e mídias sociais. Cores e formas não formam uma composição diferenciada e assim não contribuem para reforçar a identidade. As peças demonstram simplicidade, mas as linguagens utilizadas não indicam criatividade, originalidades nos elementos que as constituem e assim não propiciam múltiplas interpretações.

Assinatura:

Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

Julgador 3: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha



CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA LICITANTE: C	DATA: De 22 a 25.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	2	7	Estratégia de Mídia e Não Mídia contem literal reprodução de texto do briefing e insuficiente fundamentação dos dados sobre dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos a que de destinam as mensagens. Procedimento semelhante é utilizado aos expor a tática de mídia. Não são utilizados os meios próprios de comunicação da Prefeitura para aumentar a visualização das mensagens e otimizar a verba.

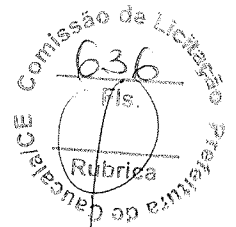
Assinatura: _____

Julgador 1: Jhon Clayton da Silva Ribeiro

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: C	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	2	8	A licitante utilizou 83,49% - R\$ 584.377,58 - da verba para veiculação; 16,51%, - R\$ 115.585,00 para os custos de veiculação. As planilhas não registram erros, mas a dispersão da verba entre muitos veículos reduz a frequência das inserções e não atende ao princípio da economicidade.

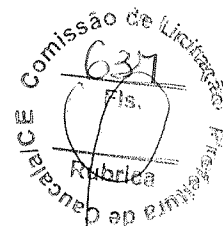
Assinatura: Evandro Nogueira de Souza

Julgador 2: Evandro Nogueira de Souza

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: C	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	2	7	Na Estratégia de Mídia e Não Mídia a licitante não consegue expressar bem as premissas e justificativas dos procedimentos adotados. Ao utilizar recursos da Prefeitura de Caucaia em veículo impresso (jornal) não foi respeitado o princípio da economicidade. A exposição sobre os hábitos de consumo de comunicação dos públicos é superficial e insuficiente.

Assinatura:

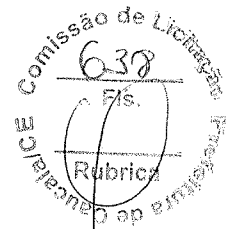
Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

Julgador 3: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: D	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESTO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Raciocínio Básico	10	2	4	Nível de compreensão insuficiente do desafio de comunicação, de sua natureza e extensão. Não explicita o papel desempenhado pela Prefeitura de Caucaia nos atuais contextos social, político e econômico; suas características e atividades significativas que possam contribuir para a comunicação publicitária. Situa os públicos internos, mas não faz referências aos públicos externos e como estimular diálogos. Muitas citações a diversos autores, pouca análise de autoria da própria licitante.

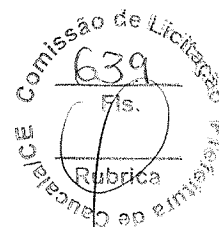
Assinatura: _____

Julgador 1: Jhon Clayton da Silva Ribeiro

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: D	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Raciocínio Básico	10	2	5	Longo texto com a reprodução do pensamento de autores diversos, mas pouca produção de autoria da própria agência. Dispersões e divagações sobre temas correlatos. Demonstração de desconhecimento sobre a Prefeitura de Caucaia, o mercado em que atua e as suas demandas diante do problema específico de comunicação definido no briefing.

Assinatura: Evandro Nogueira de Souza

Julgador 2: Evandro Nogueira de Souza

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: D	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Raciocínio Básico	10	2	5	Faltou foco, objetividade na apresentação do raciocínio. Muita divagação sobre o problema específico, reduzida análise e esclarecimentos sobre a natureza e a extensão do objeto definido no briefing. Ausência considerações sobre a Prefeitura do Caucaia, suas características e atividades que poderiam contribuir para a comunicação.

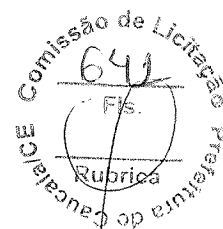
Assinatura: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

Julgador 3: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: D	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia De Comunicação Publicitária	20	4	14	O conceito "Caucaia é um belo negócio. Diversifique seus investimentos" não parte de um partido temático, não existem demonstrações na proposta de seus desdobramentos comunicativos. Há muitas citações de autores que tratam de temas correlatos - Fake News, pós-verdade, outros tantos - e pouco análise de autoria da própria licitante. Ausência de considerações sobre o relacionamento da Prefeitura de Caucaia com os públicos-alvo definidos no briefing. Não demonstra capacidade de articular conhecimentos sobre a prefeitura, às metas e os resultados por ela desejados.

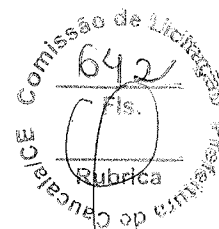
Assinatura: _____

Julgador 1: Jhon Clayton da Silva Ribeiro

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: D	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia De Comunicação Publicitária	20	4	13	A Estratégia indica que foi necessário conhecer os públicos-alvo, mas não define como efetivar uma comunicação capaz de sensibiliza-los e torna-los parceiros. Qual o tipo de linguagem favoreceria os diálogos. Há na estratégia muita literatura dispersa sobre o tema e pouca concatenação de ideias da própria licitante. Não demonstra saber como a Prefeitura de Caucaia se situa no mercado em que se insere e as metas que deseja alcançar com o desenvolvimento do planejamento estratégico de comunicação publicitária.

Assinatura:

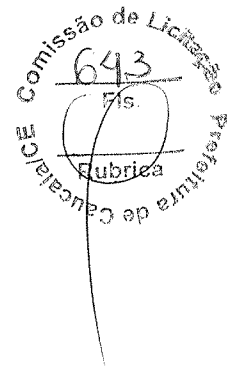
Evandro Nogueira de Souza

Julgador 2: Evandro Nogueira de Souza

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: D	DATA: De 22 a 25.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia De Comunicação Publicitária	20	4	13	Mais uma vez a licitante (também aconteceu no Raciocínio Básico) utiliza as formulações de especialistas – cita Nell Patel, a analista de marketing da Holmart Barbara Santos, o pessoal da Sitware, o pensador Peter Drucker - para tentar justificar o raciocínio. E mais uma vez o texto não oferta uma contribuição da licitante para o enfrentamento de um problema de comunicação com suas características próprias. Caucaia tem suas especificidades. A terra, sua gente, seus diferenciais qualitativos e quantitativos formam um mosaico de informações que, conhecidos e estudados, possibilitariam a formulação de um específico planejamento de comunicação publicitária.

Assinatura: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

Julgador 3: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE


SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: D	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Ideia Criativa	25	5	8	“O mix de peças corporificadas propostas não apresenta diferenciais competitivos e inclui um VT 30”, um outdoor a ser fixado em “pontos estratégicos”. Cabe indagar: como avaliar a pertinência, o custo/benefício dessa mídia sem saber onde será divulgada? Mídia de aeroporto: outro VT, a ser divulgado nas esteiras de desembarque do Aeroporto Internacional de Fortaleza. Posts para portais de jornais; spot de rádio; anúncio em revista de turismo e negócio, panfleto (a tática de distribuição proposta não funciona) e Backbus. Das 10 (dez) peças corporificadas propostas a licitante só apresentou 4 (quatro).

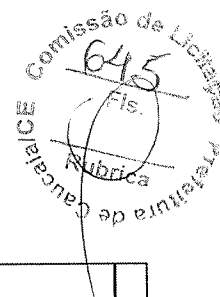
Assinatura: 

Julgador 1: Jhon Clayton da Silva Ribeiro

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: D	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Ideia Criativa	25	5	6	O Edital informa no subitem 11.3,3.3, que “os exemplos de peça ou material de que a ‘alínea b” do subitem 11.3.3.: a) estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material. A licitante só apresentou 4 (quatro) peças – Backbus, VT 30”, Carrossel para Instagram e Anúncio de Revista. Seus exemplos de peças corporificadas são mal concebidos, criados, têm baixa qualidade, originalidade e não permitem multiplicidade de interpretações favoráveis.

Assinatura: Evandro Nogueira de Souza

Julgador 2: Evandro Nogueira de Souza

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: D	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Ideia Criativa	25	5	6	As peças corporificadas na Ideia Criativa – 4 (quatro) das 10 (dez) que a licitante poderia apresentar - são visivelmente de baixa qualidade, não materializam o descritivo da Estratégia e da Ideia Criativa, e a falta de originalidade é comprometida pelos equívocos cometidos na combinação dos elementos que as constituem.

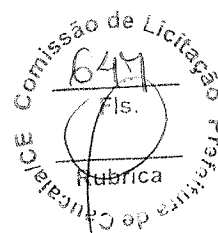
Assinatura: Filipe TAVARES PEREIRA VALÕES DA ROCHA

Julgador 3: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: D	DATA: De 22 a 25.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	2	6	Na tática de mídia a licitante limitou-se a descrever as peças e não aponta caminhos estratégicos para ocupar o tempo. Ao propor um panfleto diz que a ideia é disponibilizar o material nos hotéis e pousadas do município e aos bugueiros. É forma de distribuição de material impresso que em outras ocasiões já se revelou ineficiente no município e assim contraria o princípio da economicidade. Nas planilhas os valores dos investimentos não estão expressos em percentuais o que é exigido nas alíneas <i>c, d, e, f e g</i> do subitem 11.3.4.2 do edital que assim preceitua: <i>dessa simulação deverá constar resumo com informações sobre, pelo menos:</i>

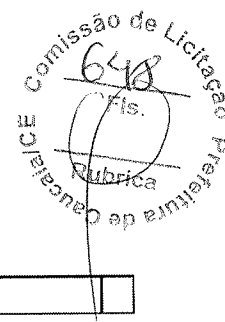
Assinatura: _____

Julgador 1: Jhon Clayton da Silva Ribeiro

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: D	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	2	5	Ao aplicar a verba de mídia a licitante não demonstra a oportunidade e economicidade no uso dos recursos próprios de comunicação da Prefeitura de Caucaia e há ausência de informações sobre os hábitos de consumo de comunicação da população do município. Cita Krippendof, Beni e a EMBRATUR para definir marketing político na Estratégia de Mídia e Não Mídia. Reproduz gráficos e interpretações do Kantar Ibope Mídia para justificar os meios utilizados, com pouco a acrescentar de sua própria autoria. Ilustra dados da Grande Fortaleza com um mapa do Nordeste.

Assinatura: Evandro Nogueira de Souza

Julgador 2: Evandro Nogueira de Souza

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: D	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	2	5	O texto da Estratégia de Mídia e Não Mídia é uma fiel reprodução do que dizem e mostram os institutos nacionais de pesquisa. Não há interpretação dos dados coletados, esclarecimentos sobre o disposto nos gráficos. A sugestão de um “novo pórtico” de boas vindas com o intuito de “brincar com a ideia de que as pessoas estão chegando a um lugar propício para se fazer dinheiro” não atende a busca da proposta mais vantajosa, a que de fato comunique e encante todos os públicos.

Assinatura:

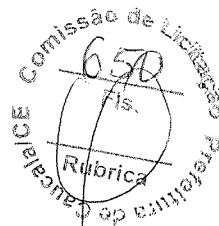
Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

Julgador 3: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: E DATA: De 22 a 24.02.2022

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Raciocínio Básico	10	2	10	Abordagem contempla diferentes aspectos do turismo e os múltiplos espaços em que atua dinamizando a economia e multiplicando ocupações e receitas. Em diferentes contextos, alguns dos quais adversos, demonstra o poder de recuperação da atividade e as oportunidades de retomada da indústria sem chaminés. Posiciona o Ceará, e Caucaia em destaque, pelos seus incentivos e fundada preocupação com a proteção do meio ambiente costeiro, serrano e de caatinga.

Assinatura:

Julgador 1: Jhon Clayton da Silva Ribeiro

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: E	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Raciocínio Básico	10	2	10	O texto é esclarecedor e informativo. Inicia situando o turismo como força global e capaz de alavancar a economia e fazer crescer o Produto Interno Bruto (PIB). A seguir trata da “indústria do turismo”, com suas múltiplas vertentes, e destaca a importância do Ceará, recentemente eleito como o melhor destino turístico do Brasil pela Associação das Agências de Viagens do Interior do Estado de São Paulo. Nesse contexto afluem a posição estratégica e os diferenciais qualitativos e competitivos de Caucaia.

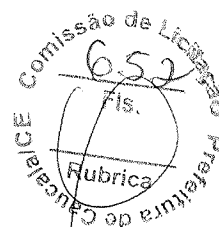
Assinatura: Evandro Nogueira de Souza

Julgador 2: Evandro Nogueira de Souza

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: E	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Raciocínio Básico	10	2	9	<p>Narrativa contextualiza a natureza e a extensão do objeto da licitação e posiciona Caucaia como cidade estratégica para o desenvolvimento do turismo no Estado. Aborda os desafios do município, inclusive os ambientais, que precisam ser protegidos por políticas públicas que assegurem a sobrevivência dos diferentes ecossistemas de praias, serras e sertões, suas riquezas naturais.</p> <p>Faltou pontuar no raciocínio as necessidades de comunicação da Prefeitura de Caucaia para a promoção das atividades turísticas.</p>

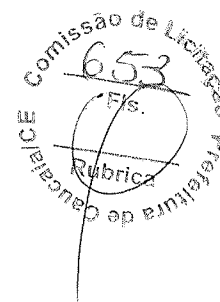
Assinatura: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

Julgador 3: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: E	DATA: De 22 a 25.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia De Comunicação Publicitária	20	4	19	Confiabilidade nas informações transmitidas; transparência no que for dito e mostrado; clareza nas mensagens. Assim a licitante propõe alicerçar as políticas públicas de comunicação da Prefeitura de Caucaia, inclusive as do turismo. Montada nesses três pilares diz ser possível desenvolver um esforço de comunicação através de um mix de ferramentas, recursos e canais que movimentam três eixos estratégicos: informar, convocar e consolidar. Atuando em diferentes direções, mas com o mesmo foco, é possível transformar ação em reação e obter resultados. Tornar possível, viável, “manter uma fluxo de comunicação simples, de frequência contínua, de fácil operacionalidade e assimilação. Também com sondagens periódicas para aferir resultados.”

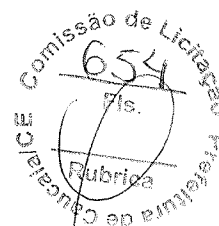
Assinatura: _____

Julgador 1: Jhon Clayton da Silva Ribeiro

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: E	DATA: De 22 a 25.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia De Comunicação Publicitária	20	4	19	Dissertação define as bases para um planejamento de comunicação publicitária sólido e consequente. Estabelece indicativo para construção, desenvolvimento e avaliação do que foi dito e mostrado e aponta a necessidade de regular avaliação dos projetos, programas, ações e serviços. Não explicita o partido temático, mas revela o conceito: "Caucaia, o melhor destino para curtir e investir". Ao elucidar a origem do significado das palavras, afirma que <i>Destanare</i> , no latim é afirmar, fixar, estabelecer uma direção a ser seguido.; uma conexão entre lazer, diversão e negócios. Assim a licitante encaminha o rumo do que vem a seguir, a sua Ideia Criativa.

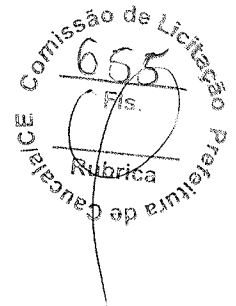
Assinatura: Evandro Nogueira de Souza

Julgador 2: Evandro Nogueira de Souza

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: E DATA: De 22 a 25.02.2022

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia De Comunicação Publicitária	20	4	19	Ao dizer do elemento sobre o qual giram e se entrelaçam todos os demais, a estratégia já sinaliza o que será visto na Ideia Criativa: praias, serra, sertões, cultura, história, hospitalidade, trabalho e gente. E com tudo o poder de atrair e fascinar pessoas. É uma argumentação que tem consistência lógica e pertinência e deriva do conceito. Demonstra a capacidade de articular conhecimentos sobre o município e sua atual gestão, os públicos e as metas e resultados desejados pela Prefeitura de Caucaia.

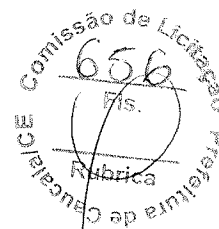
Assinatura: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

Julgador 3: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: E	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Ideia Criativa	25	5	23	<p>“O mix de peças corporificadas indica: 1. VT 30”; 2. Vídeo DOOH 15” a ser visto no Aeroporto Internacional de Fortaleza; 3. Vitrine no Shopping Iguatemi; 4. Placa dupla localizada em avenida do município; 5. Painel no Aeroporto; 6. Banner Portal G1; 7. Native Programática 6; 8. Vídeo Programática 3; 9. Hotsite e 10 Guia de incentivos.</p> <p>Mais 28 peças não corporificadas com ênfase para as mídias sociais.</p>

Assinatura: _____

Julgador 1: Jhon Clayton da Silva Ribeiro

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: E DATA: De 22 a 24.02.2022

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Ideia Criativa	25	5	23	A Ideia Criativa reúne um conjunto de peças de mídia, não mídia, mídia segmentada e mídias sociais capazes de alcançar os públicos em muitos espaços e através de diferentes ferramentas. A argumentação que justificaria a utilização de 38 peças em diferentes cenários é pertinente, consistente e adequada ao desafio de comunicação da Prefeitura de Caucaia.

Assinatura:

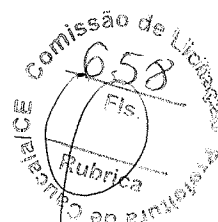
Evandro Nogueira de Souza

Julgador 2: Evandro Nogueira de Souza

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: E	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Ideia Criativa	25	5	24	Todos os segmentos dos públicos-alvo foram considerados na proposta de ideia Criativa. As mídias offline e online de alcance variados são propostas com frequência e volume adequados para produzir e manter na lembrança imagens e sons de um paraíso tropical que está sendo preparado para receber os fluxos de turistas de diferentes nacionalidades e de interesses diversos. As peças são simples na forma, originais na combinação dos elementos que as constituem e comportam múltiplas interpretações.

Assinatura: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

Julgador 3: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

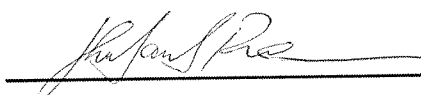
SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: E DATA: De 22 a 25.02.2022

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	2	10	A proposta técnica anuncia como objetivo geral de mídia e não mídia promover um conjunto de táticas e ações de comunicação que fortaleçam investidores locais e alcancem empreendedores em Fortaleza e em outros estados e países. A segmentação e direcionamento das mensagens ocorreram com base em pesquisa SEBRAE. Estudo FDI Markets permitiu mapear em quais capitais residem os investidores no setor de hotéis e turismo no Brasil: Washington, Cidade do Panamá, Madrid, Bangkok, Londres e Paris, bem como seus gastos em milhões de dólares. A partir dessas e de outras informações foi montada a tática de mídia.

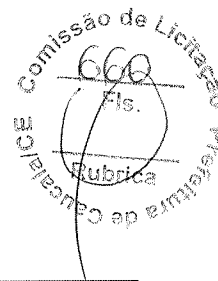
Assinatura: 

Julgador 1: Jhon Clayton da Silva Ribeiro

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: E	DATA: De 22 a 24.02.2022
------------------------	--------------------------

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	2	10	A mídia define os esquemas perceptivos que ampliam e selecionam a abrangência da mensagem. O foco será sempre no acontecimento, no momento vivido pelo público. Os meios definem a linguagem, a abordagem, o impacto desejado, o grupo social/demográfico a receber a comunicação. O compromisso assumido pela licitante é gerar os melhores resultados de alcance e frequência.

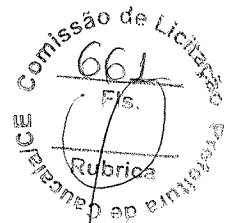
Assinatura: Evandro Nogueira de Souza

Julgador 2: Evandro Nogueira de Souza

CONCORRÊNCIA Nº 2021.11.09.01 - DIVERSAS – PREFEITURA DE CAUCAIA/CE

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – NÃO IDENTIFICADA



CÓDIGO DA LICITANTE: E DATA: De 22 a 24.02.2022

SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	20%	NOTA	JUSTIFICATIVAS
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	2	9	A capacidade de análise dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos prioritários possibilitou a licitante construir um plano simulado de distribuição de peças. A economicidade na aplicação da verba ficou evidente na relação custo/benefício.

Assinatura: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha

Julgador 3: Filipe Tavares Pereira Valões da Rocha