

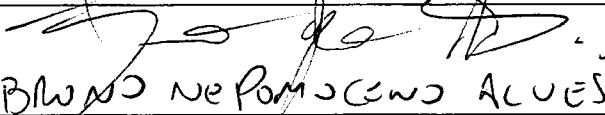
## Catalog

20220610123653498	1
20220610123751701	7
20220610123845502	13
20220610123940750	19
20220610124010512	25
20220610124035979	31

Julgador: Bruno Nepomuceno Alves

CPF: 085.428.237-88 Matrícula: 4182805

## ENVELOPE 01 – PLANO DE COMUNICAÇÃO

Marcação do Envelope da Licitante	01	Julgador Nome e Assinatura	 BRUNO NEPOMUCENO ALVES
-----------------------------------	----	-------------------------------	--

### Item I – Raciocínio Básico

Composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Subsecretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Teresópolis, o desafio de comunicação e os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing.

RACIOCÍNIO BÁSICO: Máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:		NOTA
Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais e serviços prestados pela Prefeitura Municipal de Teresópolis.	2,0 (dois) pontos	1
Adequada compreensão da linha de atuação específica da Prefeitura Municipal de Teresópolis e secretarias destacadas em briefing, incluindo elementos e tratativas da gestão que tangenciam e direcionam o caso de comunicação.	4,0 (quatro) pontos	2,8
Acuidade de compreensão demonstrada em relação às metas e necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação.	4,0 (quatro) pontos	4

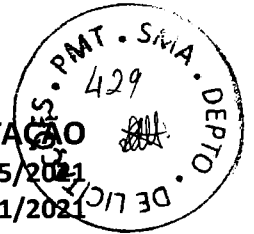
Justificativa do Item:

Atenoz parcialmente faltando apresentar mais claramente a atuação das secretarias

-17541/21



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021  
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021



Julgador: Bruno Werber Mucos Alves  
CPF: 08547823788 Matrícula: 4182805

Area with horizontal lines, crossed out with a diagonal line from bottom-left to top-right.

Julgador: Bruno Roberto Alves  
CPF: 08542823788 Matrícula: 4182805

**Item II – Estratégia de Comunicação:**

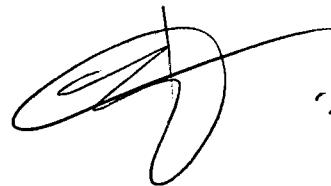
Constituída de texto em que o licitante apresentará as linhas gerais das propostas para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação, relacionados a esse desafio expresso no briefing.

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Comunicação		Nota
Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:		
Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e a qualificação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, à sua missão, a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	05 (cinco) pontos	4
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto e sua riqueza dos desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, com seus diversos públicos.	05 (cinco) pontos	5
Adequação a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	06 (seis) pontos	6
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e a sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação entre públicos e dimensões propostas de verba.	04 (quatro) pontos	2,8

Justificativa do Item:

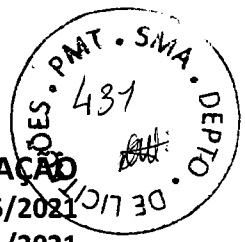
APRESENTA CONSISTÊNCIA NA ARGUMENTAÇÃO NA DEFESA DA PROPOSTA ESTRATÉGICA PROPOSTA PARA OS DESAFIOS E NECESSIDADES DA COMUNICAÇÃO MUNICIPAL



- 1.041/21



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021  
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021



Julgador: BRUNO NEBUCENO ALVES

CPF: 085428237-88 Matrícula: 4182805

Blank lined area for writing, crossed out with a diagonal line.

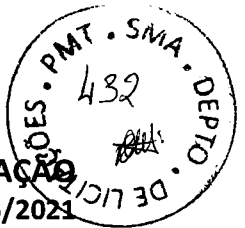
**Item III – Ideia Criativa:**

*Apresentação pela licitante de campanha publicitária, conforme briefing, para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente*

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Ideia Criativa: máximo de 20(vinte) pontos, da seguinte forma:		Nota
Estratégia criativa de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha requisitados em briefing presentes no texto descritivo geral das estratégias deste subcritério.	6,0 (seis) pontos	6
Capacidade de síntese da estratégia de comunicação, incluindo elementos relacionais das mensagens com os substratos utilizados.	3,0 (três) pontos	2,5
Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida e elementos da linguagem utilizada que impactam nesta relação.	4,0 (quatro) pontos	4
Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e apuro técnico na composição imagética e estrutural das peças desenvolvidas.	7,0 (sete) pontos	7

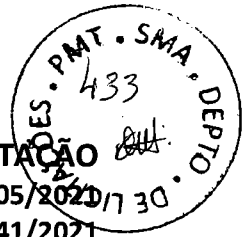
4/5



Julgador: Bruno Norberto Alves  
CPF: 08542823288 Matrícula: 4182205

Justificativa do Item:

Aten de SATISFAÇÃO APRESENTANDO UMA  
IDEIA ORIGINAL, SAINDO DA RESPEIÇÃO E USO  
DE IMAGENS E CONTEXTOS REPETITIVOS.



Julgador: Bruno Verbruceno Alves  
CPF: 085 428 232 88 Matrícula: 4182805

**Item IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia:**

Composta de Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas; conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público-alvo; utilização dos recursos à disposição da linha de atuação e simulação de plano de distribuição das peças propostas.

Máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 15 (quinze) pontos da seguinte forma:		nota
Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação e capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, incluindo dados específicos da região/estado.	4,0 (quatro) pontos	4
Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços ofertadas pela licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa.	5,0 (quatro) pontos	3,5
Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, uso de fontes e elementos de justificativa e construção das escolhas realizadas.	6,0 (seis) pontos	4,2

Justificativa do Item:

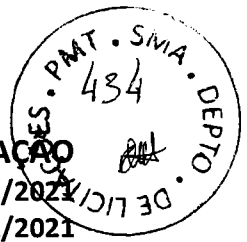
Atende a solicitação apresentando pesquisa da mídia local, identificando os que são mais utilizados no município



= 17541 / 21



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021  
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021



Julgador: ERNESTO REZENDE PEREIRA  
CPF: 03252692708 Matrícula: 4137991

## ENVELOPE 01 – PLANO DE COMUNICAÇÃO

Marcação do Envelope da Licitante	01	Julgador Nome e Assinatura	<u>ERNESTO REZENDE PEREIRA</u> 
-----------------------------------	----	-------------------------------	------------------------------------

### Item I – Raciocínio Básico

Composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Subsecretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Teresópolis, o desafio de comunicação e os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing.

RACIOCÍNIO BÁSICO: Máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:		NOTA
Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais e serviços prestados pela Prefeitura Municipal de Teresópolis.	2,0 (dois) pontos	2,0
Adequada compreensão da linha de atuação específica da Prefeitura Municipal de Teresópolis e secretarias destacadas em briefing, incluindo elementos e tratativas da gestão que tangenciam e direcionam o caso de comunicação.	4,0 (quatro) pontos	2,8
Acuidade de compreensão demonstrada em relação às metas e necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação.	4,0 (quatro) pontos	2,8

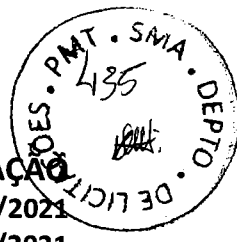
Justificativa do Item:

O RACIOCÍNIO BÁSICO DA EMPRESA SE DESTACA PELA ADEQUAÇÃO E COMPREENSÃO, INCLUINDO CLAREZA E ALINHAMENTO NO FOCO DE ATUAÇÃO DO MUNICÍPIO.



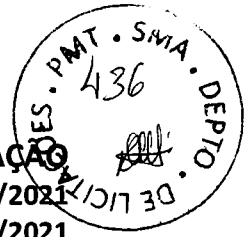
= 17541/21

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021  
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021



Julgador: ERNESTO REZENDE PEREIRA  
CPF: 03252697708 Matrícula: 4137991

A series of horizontal lines for writing, consisting of 20 lines.



Julgador: ERNESTO REZENDE PEREIRA  
CPF: 03252692708 Matrícula: 4137991

### Item II – Estratégia de Comunicação:

Constituída de texto em que o licitante apresentará as linhas gerais das propostas para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação, relacionados a esse desafio expresso no briefing.

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Comunicação		Nota
Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:		
Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e a qualificação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, à sua missão, a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	05 (cinco) pontos	5,0
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto e sua riqueza dos desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, com seus diversos públicos.	05 (cinco) pontos	3,5
Adequação a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	06 (seis) pontos	6,0
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e a sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação entre públicos e dimensões propostas de verba.	04 (quatro) pontos	4,0

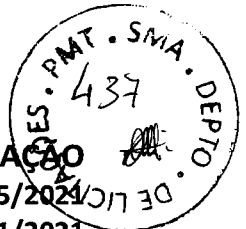
Justificativa do Item:

MOSTROU MAIS VISÃO SOBRE A COMUNICAÇÃO MUNICIPAL  
TENDO MAIS PROFUNDIDADE NAS PESQUISAS.

- 17541 / 21



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021  
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021



Julgador: ERNESTO REZENDE PEREIRA  
CPF: 03252692708 Matrícula: 4137991

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

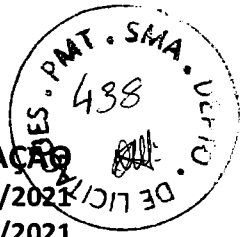
---

**Item III – Ideia Criativa:**

*Apresentação pela licitante de campanha publicitária, conforme briefing, para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente*

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Ideia Criativa: máximo de 20(vinte) pontos, da seguinte forma:		Nota
Estratégia criativa de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha requisitados em briefing presentes no texto descritivo geral das estratégias deste subcritério.	6,0 (seis) pontos	4,2
Capacidade de síntese da estratégia de comunicação, incluindo elementos relacionais das mensagens com os substratos utilizados.	3,0 (três) pontos	3,0
Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida e elementos da linguagem utilizada que impactam nesta relação.	4,0 (quatro) pontos	2,8
Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e apuro técnico na composição imagética e estrutural das peças desenvolvidas.	7,0 (sete) pontos	4,9



Julgador: ERNESTO REZENDE PEREIRA  
CPF: 03252692708 Matrícula: 4132991

Justificativa do Item:

A IDEIA CRIATIVA ESTÁ DE ACORDO COM O ESPERADO  
SOMADO A COBERTURA DE PÚBLICO E ORIGINALIDADE

Blank lined area for additional justification text.

Julgador: ERNESTO REZENDE PEREIRA  
CPF: 03252692708 Matrícula: 4139991

#### Item IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia:

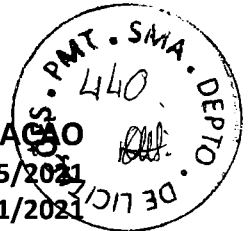
Composta de Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas; conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público-alvo; utilização dos recursos à disposição da linha de atuação e simulação de plano de distribuição das peças propostas.

Máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 15 (quinze) pontos da seguinte forma:		nota
Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação e capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, incluindo dados específicos da região/estado.	4,0 (quatro) pontos	2,8
Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços ofertadas pela licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa.	5,0 (quatro) pontos	5,0
Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, uso de fontes e elementos de justificativa e construção das escolhas realizadas.	6,0 (seis) pontos	1,2

Justificativa do Item:

O CONHECIMENTO DE HÁBITOS E ESTUDO DE DISTRIBUIÇÃO ESTÃO SATISFATORIOS DE ACORDO COM O BÁSICO DE UMA ESTRATÉGIA DE MÍDIA.



Julgador:


Rafael Gomes Ribeiro

CPF:

104.307.097-80

Matrícula:

## ENVELOPE 01 – PLANO DE COMUNICAÇÃO

Marcação do Envelope da Licitante	01	Julgador Nome e Assinatura	Rafael Gomes Ribeiro 
-----------------------------------	----	-------------------------------	---

### Item I – Raciocínio Básico

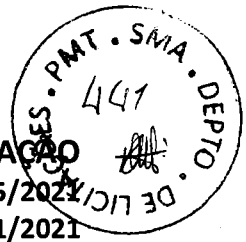
Composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Subsecretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Teresópolis, o desafio de comunicação e os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing.

RACIOCÍNIO BÁSICO: Máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:		NOTA
Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais e serviços prestados pela Prefeitura Municipal de Teresópolis.	2,0 (dois) pontos	1,4
Adequada compreensão da linha de atuação específica da Prefeitura Municipal de Teresópolis e secretarias destacadas em briefing, incluindo elementos e tratativas da gestão que tangenciam e direcionam o caso de comunicação.	4,0 (quatro) pontos	2,8
Acuidade de compreensão demonstrada em relação às metas e necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação.	4,0 (quatro) pontos	2,8

Justificativa do Item:

A AGÊNCIA DEMONSTROU CONHECIMENTO PROFUNDO DA ESTRUTURA E HISTÓRICO, MAS NÃO TROUXE DADOS SOBRE CONSUMO DE MÍDIAS DA POPULAÇÃO.

- 17541/21

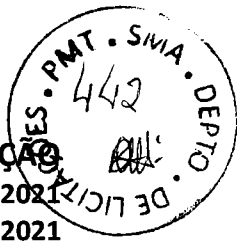


COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021  
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021

Julgador: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_ Matrícula: \_\_\_\_\_

[Lined area for text entry]



Julgador: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_ Matrícula: \_\_\_\_\_

## Item II – Estratégia de Comunicação:

Constituída de texto em que o licitante apresentará as linhas gerais das propostas para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação, relacionados a esse desafio expresso no briefing.

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Comunicação		Nota
Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:		
Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e a qualificação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, à sua missão, a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	05 (cinco) pontos	3,5
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto e sua riqueza dos desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, com seus diversos públicos.	05 (cinco) pontos	3,5
Adequação a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	06 (seis) pontos	4,2
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e a sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação entre públicos e dimensões propostas de verba.	04 (quatro) pontos	4,0

Justificativa do Item:

A AGÊNCIA OBTEVE FLUASE PERFEITA NA ESTRATÉGIA  
PECANDO APENAS NA MÍMA OPINIÃO EM NÃO ATUAR  
DE FORMA MAIS EFETIVA JUNTO A COMUNICAÇÃO  
INTERNA.



Julgador: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_ Matrícula: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

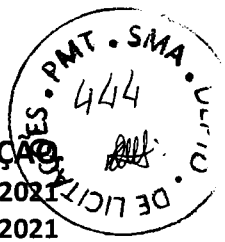
---

**Item III – Ideia Criativa:**

*Apresentação pela licitante de campanha publicitária, conforme briefing, para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente*

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

<b>Ideia Criativa:</b>		<b>Nota</b>
<b>máximo de 20(vinte) pontos, da seguinte forma:</b>		
Estratégia criativa de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha requisitados em briefing presentes no texto descritivo geral das estratégias deste subcritério.	6,0 (seis) pontos	6,0
Capacidade de síntese da estratégia de comunicação, incluindo elementos relacionais das mensagens com os substratos utilizados.	3,0 (três) pontos	2,1
Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida e elementos da linguagem utilizada que impactam nesta relação.	4,0 (quatro) pontos	4,0
Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e apuro técnico na composição imagética e estrutural das peças desenvolvidas.	7,0 (sete) pontos	4,9



Julgador: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_ Matrícula: \_\_\_\_\_

Justificativa do Item:

AGÊNCIA TROUVE PRODUTOS CRIATIVOS BEM SATISFATORIOS, NECESSITANDO DE AJUDES EM DESIGN E NARRATIVAS .

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Julgador: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_ Matrícula: \_\_\_\_\_

### Item IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia:

Composta de Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas; conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público-alvo; utilização dos recursos à disposição da linha de atuação e simulação de plano de distribuição das peças propostas.

Máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 15 (quinze) pontos da seguinte forma:		nota
Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação e capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, incluindo dados específicos da região/estado.	4,0 (quatro) pontos	4,0
Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços ofertadas pela licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa.	5,0 (quatro) pontos	3,5
Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, uso de fontes e elementos de justificativa e construção das escolhas realizadas.	6,0 (seis) pontos	2,4

Justificativa do Item:

FAUO UO DE FONTE COMO TABELAS ANEXAS.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

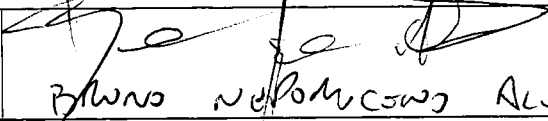
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Julgador: Bruno Nepomuceno Alves  
CPF: 085.428.237.88 Matrícula: 4382805

ENVELOPE 01 – PLANO DE COMUNICAÇÃO

Marcação do Envelope da Licitante	02	Julgador Nome e Assinatura	 Bruno Nepomuceno Alves
-----------------------------------	----	-------------------------------	--

Item I – Raciocínio Básico

Composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Subsecretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Teresópolis, o desafio de comunicação e os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing.

RACIOCÍNIO BÁSICO: Máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:		NOTA
Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais e serviços prestados pela Prefeitura Municipal de Teresópolis.	2,0 (dois) pontos	1,4
Adequada compreensão da linha de atuação específica da Prefeitura Municipal de Teresópolis e secretarias destacadas em briefing, incluindo elementos e tratativas da gestão que tangenciam e direcionam o caso de comunicação.	4,0 (quatro) pontos	4
Acuidade de compreensão demonstrada em relação às metas e necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação.	4,0 (quatro) pontos	4

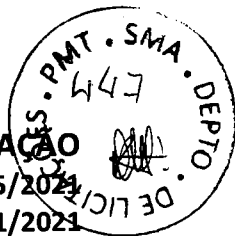
Justificativa do Item:

Atende satisfatoriamente o que foi solicitado apresentando consistência e conhecimento da estrutura municipal.



17541/21

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021  
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021



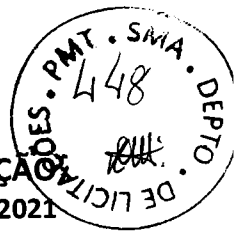
Julgador: Bruno Norberto dos Anjos  
CPF: 08542823728 Matrícula: 4182605

Area with horizontal lines, crossed out with a diagonal line.



17541/21

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021  
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021



Julgador: Bruno Norberto Alves

CPF: 08542823788 Matrícula: 4182605

### Item II – Estratégia de Comunicação:

Constituída de texto em que o licitante apresentará as linhas gerais das propostas para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação, relacionados a esse desafio expresso no briefing.

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Comunicação		Nota
Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:		
Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e a qualificação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, à sua missão, a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	05 (cinco) pontos	4
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto e sua riqueza dos desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, com seus diversos públicos.	05 (cinco) pontos	3,5
Adequação a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	06 (seis) pontos	4,2
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e a sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação entre públicos e dimensões propostas de verba.	04 (quatro) pontos	2,8

Justificativa do Item:

Falta um pouco de clareza na argumentação  
apresentada no desdobramento positivo para  
o município.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Julgador: Bruno Nepomuceno Alves  
CPF: 085 428 237 88 Matrícula: 4132205

Blank lined area for writing, crossed out with a diagonal line.

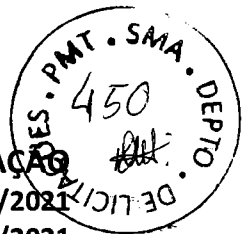
### Item III – Ideia Criativa:

Apresentação pela licitante de campanha publicitária, conforme briefing, para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Ideia Criativa: máximo de 20(vinte) pontos, da seguinte forma:		Nota
Estratégia criativa de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha requisitados em briefing presentes no texto descritivo geral das estratégias deste subcritério.	6,0 (seis) pontos	6
Capacidade de síntese da estratégia de comunicação, incluindo elementos relacionais das mensagens com os substratos utilizados.	3,0 (três) pontos	3
Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida e elementos da linguagem utilizada que impactam nesta relação.	4,0 (quatro) pontos	4
Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e apuro técnico na composição imagética e estrutural das peças desenvolvidas.	7,0 (sete) pontos	4,9





Julgador: Bruno Norberto dos Anjos  
CPF: 07542823788 Matrícula: 4182805

Justificativa do Item:

Atende parcialmente por usar um símbolo  
já muito utilizado em outras campanhas no  
município



Julgador: BRUNO NEPONCENO ALVES  
CPF: 087 478 237 88 Matrícula: 4182805

### Item IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia:

Composta de Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas; conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público-alvo; utilização dos recursos à disposição da linha de atuação e simulação de plano de distribuição das peças propostas.

Máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 15 (quinze) pontos da seguinte forma:		nota
Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação e capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, incluindo dados específicos da região/estado.	4,0 (quatro) pontos	2,8
Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços ofertadas pela licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa.	5,0 (quatro) pontos	3,5
Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, uso de fontes e elementos de justificativa e construção das escolhas realizadas.	6,0 (seis) pontos	4,2

Justificativa do Item:

ATONDE PARCIALMENTE APRESENTANDO DE FORMA GERAL ALGUNS USUÁRIOS DO MUNICÍPIO DE SEGMENTOS ESPECÍFICOS



ENVELOPE 01 – PLANO DE COMUNICAÇÃO

Marcação do Envelope da Licitante	02	Julgador Nome e Assinatura	<u>ERNESTO REZENDE PEREIRA</u> <i>[Assinatura]</i>
-----------------------------------	----	-------------------------------	---

Item I – Raciocínio Básico

Composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Subsecretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Teresópolis, o desafio de comunicação e os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing.

RACIOCÍNIO BÁSICO: Máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:		NOTA
Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais e serviços prestados pela Prefeitura Municipal de Teresópolis.	2,0 (dois) pontos	1,4
Adequada compreensão da linha de atuação específica da Prefeitura Municipal de Teresópolis e secretarias destacadas em briefing, incluindo elementos e tratativas da gestão que tangenciam e direcionam o caso de comunicação.	4,0 (quatro) pontos	0,8
Acuidade de compreensão demonstrada em relação às metas e necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação.	4,0 (quatro) pontos	2,8

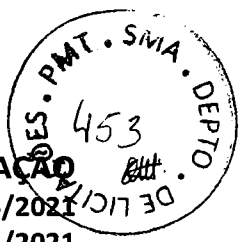
Justificativa do Item:

O CONHECIMENTO GERAL DE SERVIÇOS PRESTADOS PELA  
PREFEITURA MUNICIPAL REQUER UM VOUCO MAIS DE  
ABRANGÊNCIA NOS TERMOS E NÚMEROS MOSTRADOS



17541/21

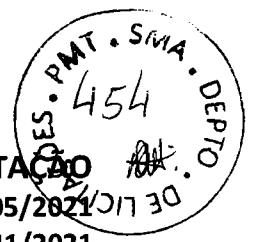
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021  
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021



Julgador: ERNESTO REZENDE PEREIRA

CPF: 03252692708 Matrícula: 4137991

Lined area for text or signatures



Julgador: ERNESTO REZENDE PEREIRA  
CPF: 0252692708 Matrícula: 4137991

## Item II – Estratégia de Comunicação:

Constituída de texto em que o licitante apresentará as linhas gerais das propostas para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação, relacionados a esse desafio expresso no briefing.

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Comunicação		Nota
Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:		
Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e a qualificação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, à sua missão, a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	05 (cinco) pontos	3,5
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto e sua riqueza dos desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, com seus diversos públicos.	05 (cinco) pontos	5,0
Adequação a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	06 (seis) pontos	4,2
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e a sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação entre públicos e dimensões propostas de verba.	04 (quatro) pontos	2,8

Justificativa do Item:

MOSTROU CERTA CONHECIMENTO NA COMUNICAÇÃO  
PODEM COM FACILIDADE DE PROFUNDIDADE PUBLICITÁRIA.

---

---

---

---

---

---

---

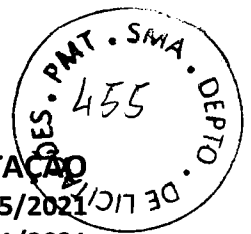
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Item III – Ideia Criativa:

*Apresentação pela licitante de campanha publicitária, conforme briefing, para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente*

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Ideia Criativa: máximo de 20(vinte) pontos, da seguinte forma:		Nota
Estratégia criativa de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha requisitados em briefing presentes no texto descritivo geral das estratégias deste subcritério.	6,0 (seis) pontos	4,2
Capacidade de síntese da estratégia de comunicação, incluindo elementos relacionais das mensagens com os substratos utilizados.	3,0 (três) pontos	2,1
Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida e elementos da linguagem utilizada que impactam nesta relação.	4,0 (quatro) pontos	0,8
Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e apuro técnico na composição imagética e estrutural das peças desenvolvidas.	7,0 (sete) pontos	1,4



**Item IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia:**

Composta de Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas; conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público-alvo; utilização dos recursos à disposição da linha de atuação e simulação de plano de distribuição das peças propostas.

Máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 15 (quinze) pontos da seguinte forma:		nota
Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação e capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, incluindo dados específicos da região/estado.	4,0 (quatro) pontos	2,8
Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços ofertadas pela licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa.	5,0 (quatro) pontos	3,5
Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, uso de fontes e elementos de justificativa e construção das escolhas realizadas.	6,0 (seis) pontos	4,2

Justificativa do Item:

O CONHECIMENTO BÁSICO E ESTUDO DE MÍDIA, ESTA APTO A FORNECER UMA ADMINISTRAÇÃO BEM DIRECIONADA AO PLANO GERAL DE UTILIZAÇÃO DA VERBA.

ENVELOPE 01 – PLANO DE COMUNICAÇÃO

Marcação do Envelope da Licitante	02	Julgador Nome e Assinatura	Rafael Gomes Ribeiro
-----------------------------------	----	-------------------------------	----------------------

Item I – Raciocínio Básico

Composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Subsecretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Teresópolis, o desafio de comunicação e os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing.

RACIOCÍNIO BÁSICO: Máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte forma:		NOTA
Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais e serviços prestados pela Prefeitura Municipal de Teresópolis.	2,0 (dois) pontos	2,0
Adequada compreensão da linha de atuação específica da Prefeitura Municipal de Teresópolis e secretarias destacadas em briefing, incluindo elementos e tratativas da gestão que tangenciam e direcionam o caso de comunicação.	4,0 (quatro) pontos	2,8
Acuidade de compreensão demonstrada em relação às metas e necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação.	4,0 (quatro) pontos	2,8

Justificativa do Item:

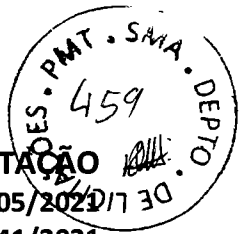
A AGENCIA DEMONSTROU BASTANTE CONHECIMENTO SOBRE OS PANORAMAS DEMOGRÁFICOS E SOCIAIS, ASSIM COMO OS DESAFIOS DO BRIEFING, MAS PEQUENO EM MEMENTAM COM DETALHES MAIS PROFUNDOS DO COTIDIANO.





17541/21

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021  
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021



Julgador: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_ Matrícula: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

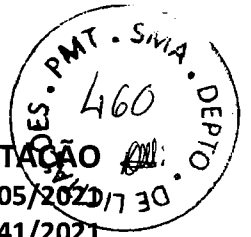
---

---

---

---

---



Julgador: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_ Matrícula: \_\_\_\_\_

## Item II – Estratégia de Comunicação:

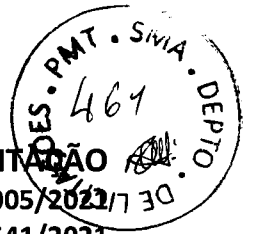
Constituída de texto em que o licitante apresentará as linhas gerais das propostas para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação, relacionados a esse desafio expresso no briefing.

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Comunicação		Nota
Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:		
Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e a qualificação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, à sua missão, a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	05 (cinco) pontos	5,0
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto e sua riqueza dos desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, com seus diversos públicos.	05 (cinco) pontos	5,0
Adequação a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	06 (seis) pontos	4,2
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e a sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação entre públicos e dimensões propostas de verba.	04 (quatro) pontos	2,8

Justificativa do Item:

A CONSISTÊNCIA LÓGICA ACABOU FICANDO PREJUDICADA  
PELA CAMPANHA NÃO CONTEMPLAR ALGUNS VEÍCULOS  
LOCAIS.



Julgador: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_ Matrícula: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

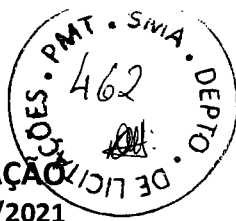
---

### Item III – Ideia Criativa:

Apresentação pela licitante de campanha publicitária, conforme briefing, para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Ideia Criativa: máximo de 20(vinte) pontos, da seguinte forma:		Nota
Estratégia criativa de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha requisitados em briefing presentes no texto descritivo geral das estratégias deste subcritério.	6,0 (seis) pontos	4,2
Capacidade de síntese da estratégia de comunicação, incluindo elementos relacionais das mensagens com os substratos utilizados.	3,0 (três) pontos	2,1
Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida e elementos da linguagem utilizada que impactam nesta relação.	4,0 (quatro) pontos	2,8
Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e apuro técnico na composição imagética e estrutural das peças desenvolvidas.	7,0 (sete) pontos	1,4



Julgador: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_ Matrícula: \_\_\_\_\_

Justificativa do Item:

A AGÊNCIA FIZOU AÇÃO E APROFUNDAR EM  
RESCOLTA SOBRE A CAMPANHA PROPOSTA. A ABORDA  
GEM "FELIZ CIDADEM" JA E/OO FOI TEMA DE  
DIVERSAS CIDADES NO BRASIL, COMO UBERABA,  
ITAUBA, DOURADOS E NOVA FONTE.

Julgador: \_\_\_\_\_

CPF: \_\_\_\_\_ Matrícula: \_\_\_\_\_

### Item IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia:

Composta de Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas; conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público-alvo; utilização dos recursos à disposição da linha de atuação e simulação de plano de distribuição das peças propostas.

Máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 15 (quinze) pontos da seguinte forma:		nota
Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação e capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, incluindo dados específicos da região/estado.	4,0 (quatro) pontos	2,8
Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços ofertadas pela licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa.	5,0 (quatro) pontos	3,5
Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, uso de fontes e elementos de justificativa e construção das escolhas realizadas.	6,0 (seis) pontos	2,4

Justificativa do Item:

A AGÊNCIA NÃO CONTEMPLA ALGUNS HÁBITOS LOCAIS COMO CONSUMO DA RÁDIO, NEM TROUXEU ITENS RELEVANTES COMO A PRESENÇA DE UMA LÍMIA DE INFLUÊNCIA ADORER.

PONTO ALTO PARA O CUIDADO COM OS MATERIAIS, PRINCIPALMENTE A REVISTA.

NÃO FICA CLARA A ECONOMICIDADE.