

ATA DA 1ª (PRIMEIRA) SESSÃO DE ENCONTRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA JULGADORA DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025, CUJO OBJETO SE REFERE À PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, UTILIDADE PÚBLICA, MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS E COMUNICAÇÃO DIGITAL, PARA OS ÓRGÃOS E ENTIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA DO PODER EXECUTIVO ESTADUAL, POR INTERMÉDIO DE 05 (CINCO) AGÊNCIAS, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO 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, CONSOANTE ESPECIFICAÇÕES CONSIGNADAS NO PROCESSO Nº 008.1883.2024.0014875-23.

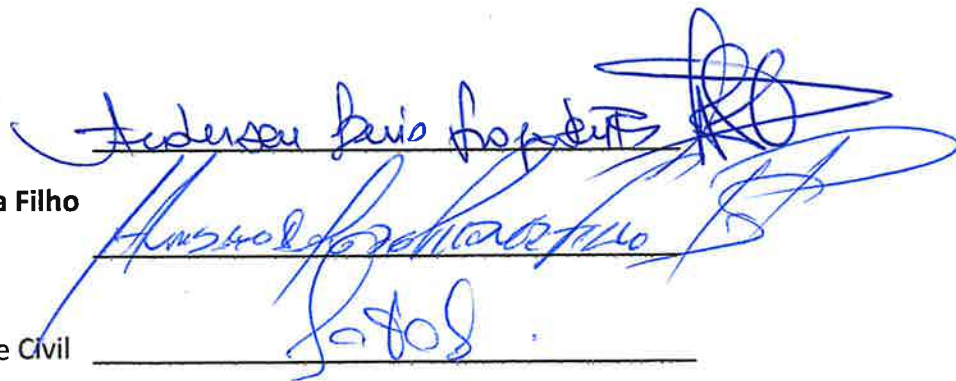
Aos nove dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte e cinco, às 09h30 (nove horas e trinta minutos), horário local, na sala de **reunião da Redação - SECOM**, situado na 3ª Avenida, nº 390, Plataforma IV, 1º andar, no Centro Administrativo da Bahia – CAB, nesta Capital, reuniu-se em sessão reservada a **Subcomissão Técnica**, encarregada de julgar os invólucros nº 1, Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada e os invólucros nº 03 de Proposta Técnica que contém a Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e subcomissão é composta pelos Srs. **ANDERSON LUÍS FRAGA SANTOS**, matrícula nº 08.578.322 e **HUMBERTO DE SOUZA PITANGA FILHO**, matrícula nº 08.605.045, que possuem vínculo com a administração pública estadual e o Sr. **DANILO SILVA DOS SANTOS**, membro da sociedade civil, com o fim específico de proceder à análise e o julgamento das propostas técnicas encaminhadas pela Comissão Especial de Licitação. Foram recebidos pelos membros da Subcomissão Técnica todos os 15 invólucros nº 1, sem conter nenhuma rasura, marca, etiqueta ou sinal. Em seguida, deu-se início à abertura do **primeiro invólucro**, cujo conceito apresentado foi “**Quando a gente vence a Bahia inteira ganha**”, no qual foram avaliados o raciocínio básico, a estratégia de comunicação, a ideia criativa, e a estratégia de mídia e não mídia.

Salvador, 09 de junho de 2025.

Anderson Luís Fraga Santos
Matrícula nº 08.578.322

Humberto de Souza Pitanga Filho
Matrícula nº 08.605.045

Daniilo Silva dos Santos
Representante da Sociedade Civil



ATA DA 2ª (SEGUNDA) SESSÃO DE ENCONTRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA JULGADORA DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025, CUJO OBJETO SE REFERE À PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, UTILIDADE PÚBLICA, MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS E COMUNICAÇÃO DIGITAL, PARA OS ÓRGÃOS E ENTIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA DO PODER EXECUTIVO ESTADUAL, POR INTERMÉDIO DE 05 (CINCO) AGÊNCIAS, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO 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, CONSOANTE ESPECIFICAÇÕES CONSIGNADAS NO PROCESSO Nº 008.1883.2024.0014875-23.

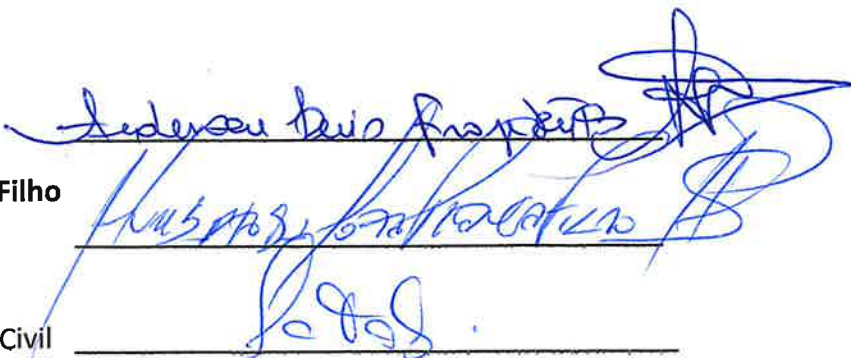
Aos dez dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte e cinco, às 09h30 (nove horas e trinta minutos), horário local, na sala de **reunião da Redação - SECOM**, situado na 3ª Avenida, nº 390, Plataforma IV, 1º andar, no Centro Administrativo da Bahia – CAB, nesta Capital, reuniu-se em sessão reservada a **Subcomissão Técnica**, encarregada de julgar os invólucros nº 1, Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada e os invólucros nº 03 de Proposta Técnica que contém a Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e subcomissão é composta pelos Srs. **ANDERSON LUÍS FRAGA SANTOS**, matrícula nº 08.578.322 e **HUMBERTO DE SOUZA PITANGA FILHO**, matrícula nº 08.605.045, que possuem vínculo com a administração pública estadual e o Sr. **DANILO SILVA DOS SANTOS**, membro da sociedade civil, com o fim específico de proceder à análise e o julgamento das propostas técnicas encaminhadas pela Comissão Especial de Licitação. Foram recebidos pelos membros da Subcomissão Técnica todos os 15 invólucros nº 1, sem conter nenhuma rasura, marca, etiqueta ou sinal. Em seguida, deu-se início à abertura do **segundo invólucro**, cujo conceito apresentado foi **“Os baianos são muitos. A Bahia é pra todo mundo.”**, no qual foram avaliados o raciocínio básico, a estratégia de comunicação, a ideia criativa, e a estratégia de mídia e não mídia.

Salvador, 10 de junho de 2025.

Anderson Luís Fraga Santos
Matrícula nº 08.578.322

Humberto de Souza Pitanga Filho
Matrícula nº 08.605.045

Daniilo Silva dos Santos
Representante da Sociedade Civil



ATA DA 3ª (TERCEIRA) SESSÃO DE ENCONTRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA JULGADORA DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025, CUJO OBJETO SE REFERE À PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, UTILIDADE PÚBLICA, MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS E COMUNICAÇÃO DIGITAL, PARA OS ÓRGÃOS E ENTIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA DO PODER EXECUTIVO ESTADUAL, POR INTERMÉDIO DE 05 (CINCO) AGÊNCIAS, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO 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, CONSOANTE ESPECIFICAÇÕES CONSIGNADAS NO PROCESSO Nº 008.1883.2024.0014875-23.

Aos dez dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte e cinco, às 16h (dezesseis horas), horário local, na sala de **reunião da Redação - SECOM**, situado na 3ª Avenida, nº 390, Plataforma IV, 1º andar, no Centro Administrativo da Bahia – CAB, nesta Capital, reuniu-se em sessão reservada a **Subcomissão Técnica**, encarregada de julgar os invólucros nº 1, Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada e os invólucros nº 03 de Proposta Técnica que contém a Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e subcomissão é composta pelos Srs. **ANDERSON LUÍS FRAGA SANTOS**, matrícula nº 08.578.322 e **HUMBERTO DE SOUZA PITANGA FILHO**, matrícula nº 08.605.045, que possuem vínculo com a administração pública estadual e o Sr. **DANILO SILVA DOS SANTOS**, membro da sociedade civil, com o fim específico de proceder à análise e o julgamento das propostas técnicas encaminhadas pela Comissão Especial de Licitação. Foram recebidos pelos membros da Subcomissão Técnica todos os 15 invólucros nº 1, sem conter nenhuma rasura, marca, etiqueta ou sinal. Em seguida, deu-se início à abertura do **segundo invólucro**, cujo conceito apresentado " A Bahia abraça, oportunidade pra toda Gente ", no qual foram avaliados o raciocínio básico, a estratégia de comunicação, a ideia criativa, e a estratégia de mídia e não mídia.

Salvador, 10 de junho de 2025.

Anderson Luís Fraga Santos

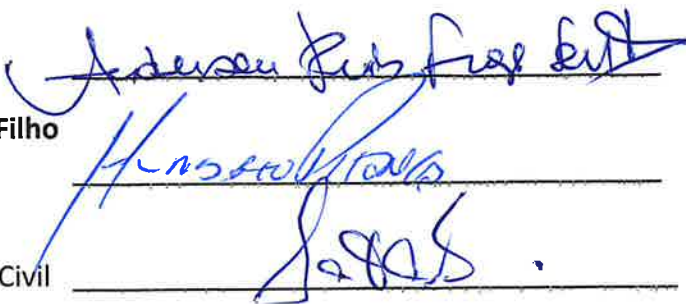
Matrícula nº 08.578.322

Humberto de Souza Pitanga Filho

Matrícula nº 08.605.045

Daniilo Silva dos Santos

Representante da Sociedade Civil



ATA DA 4ª (QUARTA) SESSÃO DE ENCONTRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA JULGADORA DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025, CUJO OBJETO SE REFERE À PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, UTILIDADE PÚBLICA, MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS E COMUNICAÇÃO DIGITAL, PARA OS ÓRGÃOS E ENTIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA DO PODER EXECUTIVO ESTADUAL, POR INTERMÉDIO DE 05 (CINCO) AGÊNCIAS, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO 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, CONSOANTE ESPECIFICAÇÕES CONSIGNADAS NO PROCESSO Nº 008.1883.2024.0014875-23.

Aos doze dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte e cinco, às 09h30 (nove horas e trinta minutos), horário local, na sala de **reunião da Redação - SECOM**, situado na 3ª Avenida, nº 390, Plataforma IV, 1º andar, no Centro Administrativo da Bahia – CAB, nesta Capital, reuniu-se em sessão reservada a **Subcomissão Técnica**, encarregada de julgar os invólucros nº 1, Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada e os invólucros nº 03 de Proposta Técnica que contém a Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e subcomissão é composta pelos Srs. **ANDERSON LUÍS FRAGA SANTOS**, matrícula nº 08.578.322 e **HUMBERTO DE SOUZA PITANGA FILHO**, matrícula nº 08.605.045, que possuem vínculo com a administração pública estadual e o Sr. **DANILO SILVA DOS SANTOS**, membro da sociedade civil, com o fim específico de proceder à análise e o julgamento das propostas técnicas encaminhadas pela Comissão Especial de Licitação. Foram recebidos pelos membros da Subcomissão Técnica todos os 15 invólucros nº 1, sem conter nenhuma rasura, marca, etiqueta ou sinal. Em seguida, deu-se início à abertura do **quarto invólucro**, cujo conceito apresentado " **Aqui ninguém fica pra trás, Bahia terra de quem faz**", no qual foram avaliados o raciocínio básico, a estratégia de comunicação, a ideia criativa, e a estratégia de mídia e não mídia.

Salvador, 12 de junho de 2025.

Anderson Luís Fraga Santos

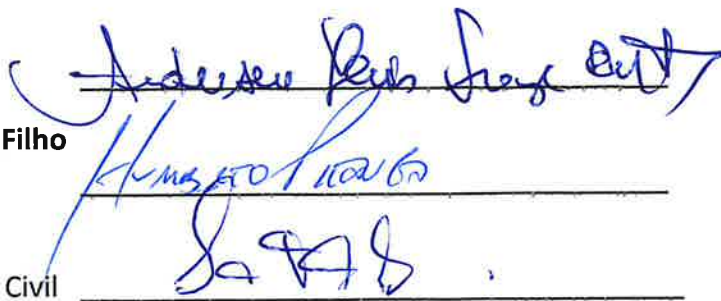
Matrícula nº 08.578.322

Humberto de Souza Pitanga Filho

Matrícula nº 08.605.045

Daniilo Silva dos Santos

Representante da Sociedade Civil



ATA DA 5ª (QUINTA) SESSÃO DE ENCONTRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA JULGADORA DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025, CUJO OBJETO SE REFERE À PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, UTILIDADE PÚBLICA, MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS E COMUNICAÇÃO DIGITAL, PARA OS ÓRGÃOS E ENTIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA DO PODER EXECUTIVO ESTADUAL, POR INTERMÉDIO DE 05 (CINCO) AGÊNCIAS, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO 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, CONSOANTE ESPECIFICAÇÕES CONSIGNADAS NO PROCESSO Nº 008.1883.2024.0014875-23.

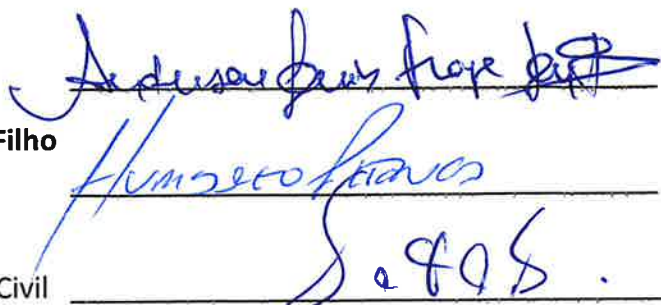
Aos treze dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte e cinco, às 09h30 (nove horas e trinta minutos), horário local, na sala de **reunião da Redação - SECOM**, situado na 3ª Avenida, nº 390, Plataforma IV, 1º andar, no Centro Administrativo da Bahia – CAB, nesta Capital, reuniu-se em sessão reservada a **Subcomissão Técnica**, encarregada de julgar os invólucros nº 1, Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada e os invólucros nº 03 de Proposta Técnica que contém a Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e subcomissão é composta pelos Srs. **ANDERSON LUÍS FRAGA SANTOS**, matrícula nº 08.578.322 e **HUMBERTO DE SOUZA PITANGA FILHO**, matrícula nº 08.605.045, que possuem vínculo com a administração pública estadual e o Sr. **DANILO SILVA DOS SANTOS**, membro da sociedade civil, com o fim específico de proceder à análise e o julgamento das propostas técnicas encaminhadas pela Comissão Especial de Licitação. Foram recebidos pelos membros da Subcomissão Técnica todos os 15 invólucros nº 1, sem conter nenhuma rasura, marca, etiqueta ou sinal. Em seguida, deu-se início à abertura do **quinto invólucro**, cujo conceito apresentado "**Na Bahia tem inclusão de respeito**", no qual foram avaliados o raciocínio básico, a estratégia de comunicação, a ideia criativa, e a estratégia de mídia e não mídia.

Salvador, 13 de junho de 2025.

Anderson Luís Fraga Santos
Matrícula nº 08.578.322

Humberto de Souza Pitanga Filho
Matrícula nº 08.605.045

Daniilo Silva dos Santos
Representante da Sociedade Civil



ATA DA 6ª (SEXTO) SESSÃO DE ENCONTRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA JULGADORA DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025, CUJO OBJETO SE REFERE À PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, UTILIDADE PÚBLICA, MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS E COMUNICAÇÃO DIGITAL, PARA OS ÓRGÃOS E ENTIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA DO PODER EXECUTIVO ESTADUAL, POR INTERMÉDIO DE 05 (CINCO) AGÊNCIAS, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE 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, CONSOANTE ESPECIFICAÇÕES CONSIGNADAS NO PROCESSO Nº 008.1883.2024.0014875-23.

Aos dezesseis dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte e cinco, às 09h30 (nove horas e trinta minutos), horário local, na sala de **reunião da Redação - SECOM**, situado na 3ª Avenida, nº 390, Plataforma IV, 1º andar, no Centro Administrativo da Bahia – CAB, nesta Capital, reuniu-se em sessão reservada a **Subcomissão Técnica**, encarregada de julgar os invólucros nº 1, Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada e os invólucros nº 03 de Proposta Técnica que contém a Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e subcomissão é composta pelos Srs. **ANDERSON LUÍS FRAGA SANTOS**, matrícula nº 08.578.322 e **HUMBERTO DE SOUZA PITANGA FILHO**, matrícula nº 08.605.045, que possuem vínculo com a administração pública estadual e o Sr. **DANILO SILVA DOS SANTOS**, membro da sociedade civil, com o fim específico de proceder à análise e o julgamento das propostas técnicas encaminhadas pela Comissão Especial de Licitação. Foram recebidos pelos membros da Subcomissão Técnica todos os 15 invólucros nº 1, sem conter nenhuma rasura, marca, etiqueta ou sinal. Em seguida, deu-se início à abertura do **sexto invólucro**, cujo conceito apresentado **A Bahia é melhor quando a gente se junta**”, no qual foram avaliados o raciocínio básico, a estratégia de comunicação, a ideia criativa, e a estratégia de mídia e não mídia.

Salvador, 16 de junho de 2025.

Anderson Luís Fraga Santos

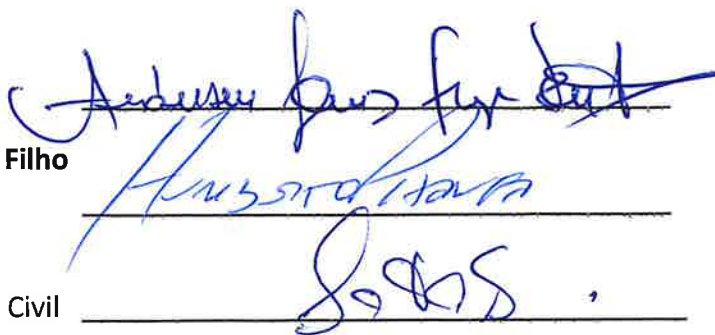
Matrícula nº 08.578.322

Humberto de Souza Pitanga Filho

Matrícula nº 08.605.045

Danilo Silva dos Santos

Representante da Sociedade Civil



ATA DA 7ª (SETIMA) SESSÃO DE ENCONTRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA JULGADORA DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025, CUJO OBJETO SE REFERE À PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, UTILIDADE PÚBLICA, MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS E COMUNICAÇÃO DIGITAL, PARA OS ÓRGÃOS E ENTIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA DO PODER EXECUTIVO ESTADUAL, POR INTERMÉDIO DE 05 (CINCO) AGÊNCIAS, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO 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, CONSOANTE ESPECIFICAÇÕES CONSIGNADAS NO PROCESSO Nº 008.1883.2024.0014875-23.

Aos dezessete dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte e cinco, às 10h (dez horas), horário local, na sala de **reunião da Redação - SECOM**, situado na 3ª Avenida, nº 390, Plataforma IV, 1º andar, no Centro Administrativo da Bahia – CAB, nesta Capital, reuniu-se em sessão reservada a **Subcomissão Técnica**, encarregada de julgar os invólucros nº 1, Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada e os invólucros nº 03 de Proposta Técnica que contém a Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e subcomissão é composta pelos Srs. **ANDERSON LUÍS FRAGA SANTOS**, matrícula nº 08.578.322 e **HUMBERTO DE SOUZA PITANGA FILHO**, matrícula nº 08.605.045, que possuem vínculo com a administração pública estadual e o Sr. **DANILO SILVA DOS SANTOS**, membro da sociedade civil, com o fim específico de proceder à análise e o julgamento das propostas técnicas encaminhadas pela Comissão Especial de Licitação. Foram recebidos pelos membros da Subcomissão Técnica todos os 15 invólucros nº 1, sem conter nenhuma rasura, marca, etiqueta ou sinal. Em seguida, deu-se início à abertura do **sétimo invólucro**, cujo conceito apresentado **“A gente é tudo isso. A Gente é a Bahia”**, no qual foram avaliados o raciocínio básico, a estratégia de comunicação, a ideia criativa, e a estratégia de mídia e não mídia.

Salvador, 17 de junho de 2025.

Anderson Luís Fraga Santos

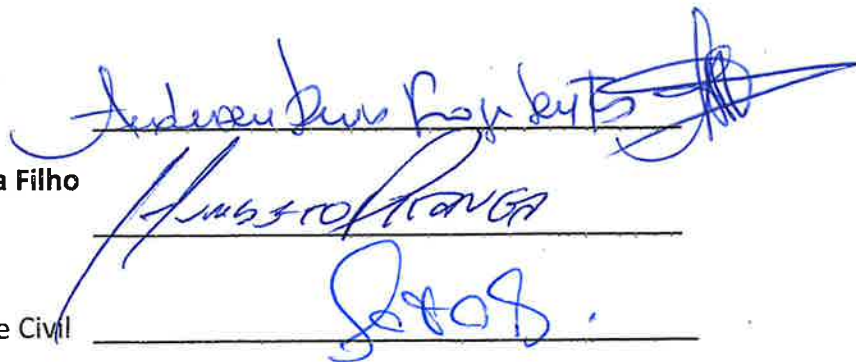
Matrícula nº 08.578.322

Humberto de Souza Pitanga Filho

Matrícula nº 08.605.045

Danilo Silva dos Santos

Representante da Sociedade Civil



ATA DA 8ª (OITAVA) SESSÃO DE ENCONTRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA JULGADORA DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025, CUJO OBJETO SE REFERE À PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, UTILIDADE PÚBLICA, MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS E COMUNICAÇÃO DIGITAL, PARA OS ÓRGÃOS E ENTIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA DO PODER EXECUTIVO ESTADUAL, POR INTERMÉDIO DE 05 (CINCO) AGÊNCIAS, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO 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, CONSOANTE ESPECIFICAÇÕES CONSIGNADAS NO PROCESSO Nº 008.1883.2024.0014875-23.

Aos dezoito dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte e cinco, às 10h (dez horas), horário local, na sala de **reunião da Redação - SECOM**, situado na 3ª Avenida, nº 390, Plataforma IV, 1º andar, no Centro Administrativo da Bahia – CAB, nesta Capital, reuniu-se em sessão reservada a **Subcomissão Técnica**, encarregada de julgar os invólucros nº 1, Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada e os invólucros nº 03 de Proposta Técnica que contém a Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e subcomissão é composta pelos Srs. **ANDERSON LUÍS FRAGA SANTOS**, matrícula nº 08.578.322 e **HUMBERTO DE SOUZA PITANGA FILHO**, matrícula nº 08.605.045, que possuem vínculo com a administração pública estadual e o Sr. **DANILO SILVA DOS SANTOS**, membro da sociedade civil, com o fim específico de proceder à análise e o julgamento das propostas técnicas encaminhadas pela Comissão Especial de Licitação. Foram recebidos pelos membros da Subcomissão Técnica todos os 15 invólucros nº 1, sem conter nenhuma rasura, marca, etiqueta ou sinal. Em seguida, deu-se início à abertura do **oitavo invólucro**, cujo conceito apresentado **“Bahia de todas as pessoas”**, no qual foram avaliados o raciocínio básico, a estratégia de comunicação, a ideia criativa, e a estratégia de mídia e não mídia.

Salvador, 18 de junho de 2025.

Anderson Luís Fraga Santos

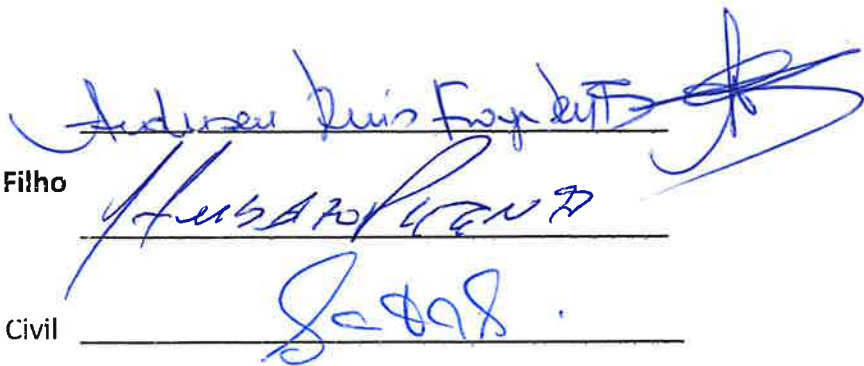
Matrícula nº 08.578.322

Humberto de Souza Pitanga Filho

Matrícula nº 08.605.045

Danilo Silva dos Santos

Representante da Sociedade Civil



ATA DA 9ª (NONA) SESSÃO DE ENCONTRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA JULGADORA DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025, CUJO OBJETO SE REFERE À PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, UTILIDADE PÚBLICA, MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS E COMUNICAÇÃO DIGITAL, PARA OS ÓRGÃOS E ENTIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA DO PODER EXECUTIVO ESTADUAL, POR INTERMÉDIO DE 05 (CINCO) AGÊNCIAS, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO 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, CONSOANTE ESPECIFICAÇÕES CONSIGNADAS NO PROCESSO Nº 008.1883.2024.0014875-23.

Aos vinte e seis dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte e cinco, às 16h (dezesseis horas), horário local, na sala de **reunião da Redação - SECOM**, situado na 3ª Avenida, nº 390, Plataforma IV, 1º andar, no Centro Administrativo da Bahia – CAB, nesta Capital, reuniu-se em sessão reservada a **Subcomissão Técnica**, encarregada de julgar os invólucros nº 1, Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada e os invólucros nº 03 de Proposta Técnica que contém a Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e subcomissão é composta pelos Srs. **ANDERSON LUÍS FRAGA SANTOS**, matrícula nº 08.578.322 e **HUMBERTO DE SOUZA PITANGA FILHO**, matrícula nº 08.605.045, que possuem vínculo com a administração pública estadual e o Sr. **DANILO SILVA DOS SANTOS**, membro da sociedade civil, com o fim específico de proceder à análise e o julgamento das propostas técnicas encaminhadas pela Comissão Especial de Licitação. Foram recebidos pelos membros da Subcomissão Técnica todos os 15 invólucros nº 1, sem conter nenhuma rasura, marca, etiqueta ou sinal. Em seguida, deu-se início à abertura do **nono invólucro**, cujo conceito apresentado **“A Bahia não esquece de ninguém”**, no qual foram avaliados o raciocínio básico, a estratégia de comunicação, a ideia criativa, e a estratégia de mídia e não mídia.

Salvador, 26 de junho de 2025.

Anderson Luís Fraga Santos

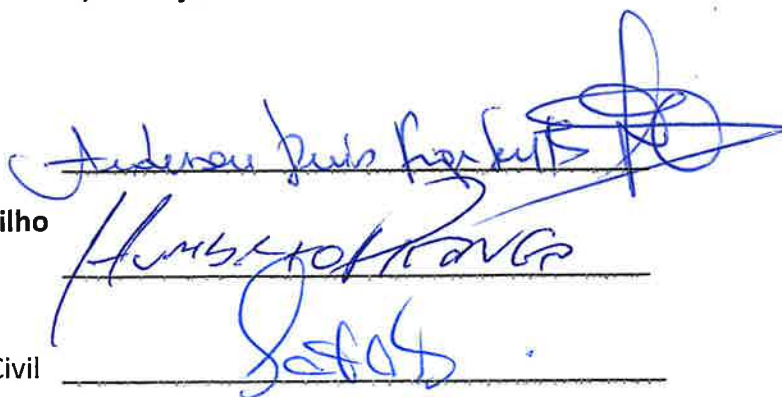
Matrícula nº 08.578.322

Humberto de Souza Pitanga Filho

Matrícula nº 08.605.045

Daniilo Silva dos Santos

Representante da Sociedade Civil



ATA DA 10ª (DECIMA) SESSÃO DE ENCONTRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA JULGADORA DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025, CUJO OBJETO SE REFERE À PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, UTILIDADE PÚBLICA, MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS E COMUNICAÇÃO DIGITAL, PARA OS ÓRGÃOS E ENTIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA DO PODER EXECUTIVO ESTADUAL, POR INTERMÉDIO DE 05 (CINCO) AGÊNCIAS, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO 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, CONSOANTE ESPECIFICAÇÕES CONSIGNADAS NO PROCESSO Nº 008.1883.2024.0014875-23.

Aos vinte e sete dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte e cinco, às 10h (dez horas), horário local, na sala de **reunião da Redação - SECOM**, situado na 3ª Avenida, nº 390, Plataforma IV, 1º andar, no Centro Administrativo da Bahia – CAB, nesta Capital, reuniu-se em sessão reservada a **Subcomissão Técnica**, encarregada de julgar os invólucros nº 1, Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada e os invólucros nº 03 de Proposta Técnica que contém a Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e subcomissão é composta pelos Srs. **ANDERSON LUÍS FRAGA SANTOS**, matrícula nº 08.578.322 e **HUMBERTO DE SOUZA PITANGA FILHO**, matrícula nº 08.605.045, que possuem vínculo com a administração pública estadual e o Sr. **DANILO SILVA DOS SANTOS**, membro da sociedade civil, com o fim específico de proceder à análise e o julgamento das propostas técnicas encaminhadas pela Comissão Especial de Licitação. Foram recebidos pelos membros da Subcomissão Técnica todos os 15 invólucros nº 1, sem conter nenhuma rasura, marca, etiqueta ou sinal. Em seguida, deu-se início à abertura do **decimo invólucro**, cujo conceito apresentado **“A Bahia por Todos, Todos pela Bahia”**, no qual foram avaliados o raciocínio básico, a estratégia de comunicação, a ideia criativa, e a estratégia de mídia e não mídia.

Salvador, 27 de junho de 2025.

Anderson Luís Fraga Santos

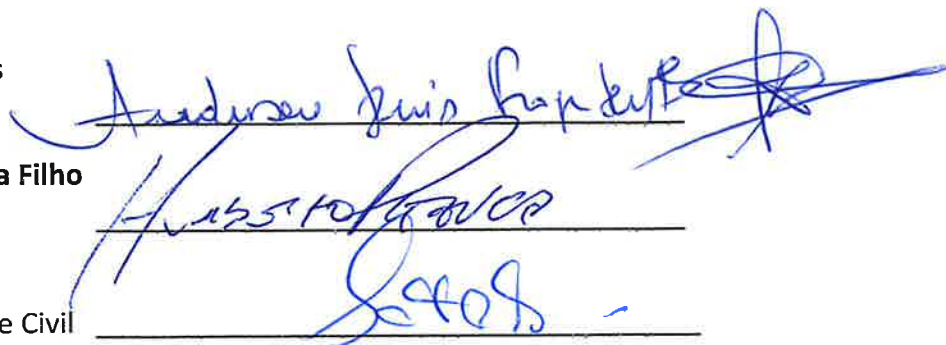
Matrícula nº 08.578.322

Humberto de Souza Pitanga Filho

Matrícula nº 08.605.045

Danilo Silva dos Santos

Representante da Sociedade Civil



ATA DA 11ª (DECIMA PRIMEIRA) SESSÃO DE ENCONTRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA JULGADORA DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025, CUJO OBJETO SE REFERE À PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, UTILIDADE PÚBLICA, MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS E COMUNICAÇÃO DIGITAL, PARA OS ÓRGÃOS E ENTIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA DO PODER EXECUTIVO ESTADUAL, POR INTERMÉDIO DE 05 (CINCO) AGÊNCIAS, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO 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, CONSOANTE ESPECIFICAÇÕES CONSIGNADAS NO PROCESSO Nº 008.1883.2024.0014875-23.

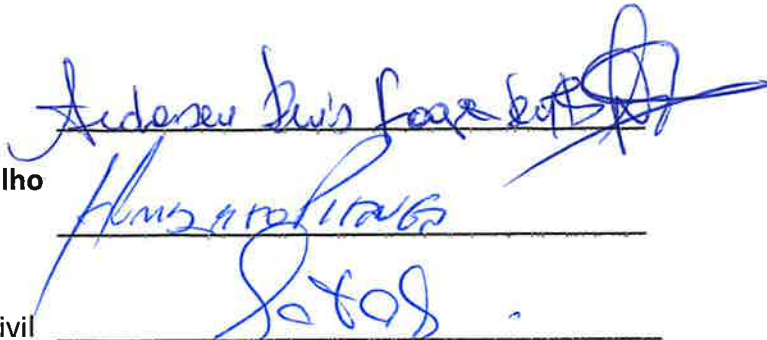
Aos trinta dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte e cinco, às 10h (dez horas), horário local, na sala de **reunião da Redação - SECOM**, situado na 3ª Avenida, nº 390, Plataforma IV, 1º andar, no Centro Administrativo da Bahia – CAB, nesta Capital, reuniu-se em sessão reservada a **Subcomissão Técnica**, encarregada de julgar os invólucros nº 1, Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada e os invólucros nº 03 de Proposta Técnica que contém a Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e subcomissão é composta pelos Srs. **ANDERSON LUÍS FRAGA SANTOS**, matrícula nº 08.578.322 e **HUMBERTO DE SOUZA PITANGA FILHO**, matrícula nº 08.605.045, que possuem vínculo com a administração pública estadual e o Sr. **DANILO SILVA DOS SANTOS**, membro da sociedade civil, com o fim específico de proceder à análise e o julgamento das propostas técnicas encaminhadas pela Comissão Especial de Licitação. Foram recebidos pelos membros da Subcomissão Técnica todos os 15 invólucros nº 1, sem conter nenhuma rasura, marca, etiqueta ou sinal. Em seguida, deu-se início à abertura do **decimo primeiro invólucro**, cujo conceito apresentado **“Igualdade nas diferenças, Bahia que representa.”**, no qual foram avaliados o raciocínio básico, a estratégia de comunicação, a ideia criativa, e a estratégia de mídia e não mídia. Observação: na hora de abrir o envelope houve um pequeno rasgo na parte da aba.

Salvador, 30 de junho de 2025.

Anderson Luís Fraga Santos
Matrícula nº 08.578.322

Humberto de Souza Pitanga Filho
Matrícula nº 08.605.045

Danilo Silva dos Santos
Representante da Sociedade Civil



ATA DA 12ª (DECIMA SEGUNDA) SESSÃO DE ENCONTRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA JULGADORA DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025, CUJO OBJETO SE REFERE À PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, UTILIDADE PÚBLICA, MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS E COMUNICAÇÃO DIGITAL, PARA OS ÓRGÃOS E ENTIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA DO PODER EXECUTIVO ESTADUAL, POR INTERMÉDIO DE 05 (CINCO) AGÊNCIAS, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO 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, CONSOANTE ESPECIFICAÇÕES CONSIGNADAS NO PROCESSO Nº 008.1883.2024.0014875-23.

Aos trinta dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte e cinco, às 15h30 (quinze horas e trinta minutos), horário local, na sala de **reunião da Redação - SECOM**, situado na 3ª Avenida, nº 390, Plataforma IV, 1º andar, no Centro Administrativo da Bahia – CAB, nesta Capital, reuniu-se em sessão reservada a **Subcomissão Técnica**, encarregada de julgar os invólucros nº 1, Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada e os invólucros nº 03 de Proposta Técnica que contém a Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e subcomissão é composta pelos Srs. **ANDERSON LUÍS FRAGA SANTOS**, matrícula nº 08.578.322 e **HUMBERTO DE SOUZA PITANGA FILHO**, matrícula nº 08.605.045, que possuem vínculo com a administração pública estadual e o Sr. **DANILO SILVA DOS SANTOS**, membro da sociedade civil, com o fim específico de proceder à análise e o julgamento das propostas técnicas encaminhadas pela Comissão Especial de Licitação. Foram recebidos pelos membros da Subcomissão Técnica todos os 15 invólucros nº 1, sem conter nenhuma rasura, marca, etiqueta ou sinal. Em seguida, deu-se início à abertura do **decimo segundo invólucro**, cujo conceito apresentado “**uma Bahia Melhor é uma Bahia de Todos.**”, no qual foram avaliados o raciocínio básico, a estratégia de comunicação, a ideia criativa, e a estratégia de mídia e não mídia. Observação: na hora de abrir o envelope houve um pequeno rasgo na parte da aba.

Salvador, 30 de junho de 2025.

Anderson Luís Fraga Santos

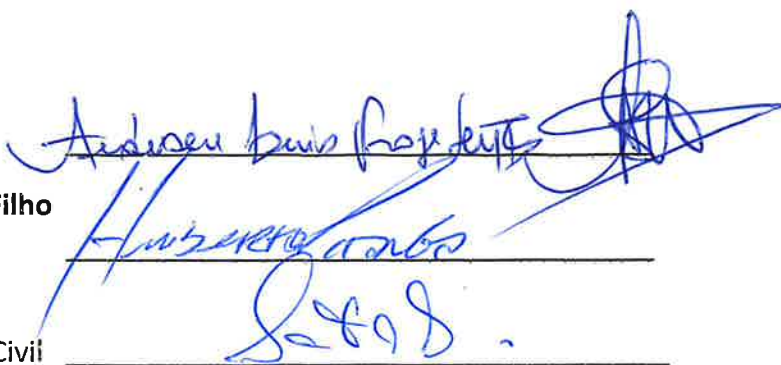
Matrícula nº 08.578.322

Humberto de Souza Pitanga Filho

Matrícula nº 08.605.045

Danilo Silva dos Santos

Representante da Sociedade Civil



ATA DA 13ª (DECIMA TERCEIRA) SESSÃO DE ENCONTRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA JULGADORA DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025, CUJO OBJETO SE REFERE À PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, UTILIDADE PÚBLICA, MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS E COMUNICAÇÃO DIGITAL, PARA OS ÓRGÃOS E ENTIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA DO PODER EXECUTIVO ESTADUAL, POR INTERMÉDIO DE 05 (CINCO) AGÊNCIAS, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO 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, CONSOANTE ESPECIFICAÇÕES CONSIGNADAS NO PROCESSO Nº 008.1883.2024.0014875-23.

Aos três dias do mês de julho do ano de dois mil e vinte e cinco, às 10h (dez horas), horário local, na sala de **reunião da Redação - SECOM**, situado na 3ª Avenida, nº 390, Plataforma IV, 1º andar, no Centro Administrativo da Bahia – CAB, nesta Capital, reuniu-se em sessão reservada a **Subcomissão Técnica**, encarregada de julgar os invólucros nº 1, Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada e os invólucros nº 03 de Proposta Técnica que contém a Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e subcomissão é composta pelos Srs. **ANDERSON LUÍS FRAGA SANTOS**, matrícula nº 08.578.322 e **HUMBERTO DE SOUZA PITANGA FILHO**, matrícula nº 08.605.045, que possuem vínculo com a administração pública estadual e o Sr. **DANILO SILVA DOS SANTOS**, membro da sociedade civil, com o fim específico de proceder à análise e o julgamento das propostas técnicas encaminhadas pela Comissão Especial de Licitação. Foram recebidos pelos membros da Subcomissão Técnica todos os 15 invólucros nº 1, sem conter nenhuma rasura, marca, etiqueta ou sinal. Em seguida, deu-se início à abertura do **decimo terceiro invólucro**, cujo conceito apresentado **“Cabe todo mundo na Bahia.”**, no qual foram avaliados o raciocínio básico, a estratégia de comunicação, a ideia criativa, e a estratégia de mídia e não mídia. Observação: na hora de abrir o envelope houve um pequeno rasgo na parte da aba.

Salvador, 03 de julho de 2025.

Anderson Luís Fraga Santos

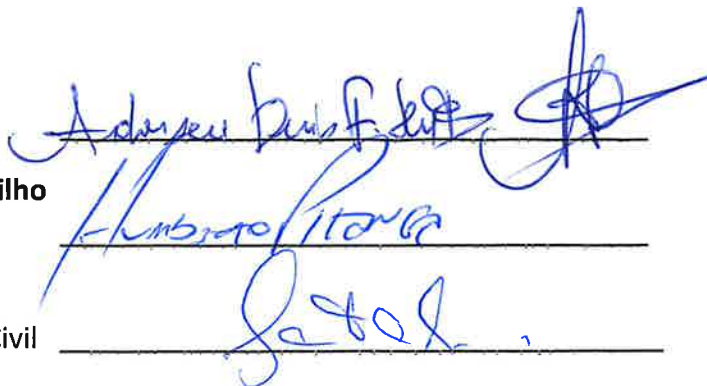
Matrícula nº 08.578.322

Humberto de Souza Pitanga Filho

Matrícula nº 08.605.045

Daniilo Silva dos Santos

Representante da Sociedade Civil



ATA DA 14ª (DECIMA QUARTA) SESSÃO DE ENCONTRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA JULGADORA DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025, CUJO OBJETO SE REFERE À PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, UTILIDADE PÚBLICA, MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS E COMUNICAÇÃO DIGITAL, PARA OS ÓRGÃOS E ENTIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA DO PODER EXECUTIVO ESTADUAL, POR INTERMÉDIO DE 05 (CINCO) AGÊNCIAS, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO 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, CONSOANTE ESPECIFICAÇÕES CONSIGNADAS NO PROCESSO Nº 008.1883.2024.0014875-23.

Aos três dias do mês de julho do ano de dois mil e vinte e cinco, às 16h (dezesesseis horas), horário local, na sala de **reunião da Redação - SECOM**, situado na 3ª Avenida, nº 390, Plataforma IV, 1º andar, no Centro Administrativo da Bahia – ÇAB, nesta Capital, reuniu-se em sessão reservada a **Subcomissão Técnica**, encarregada de julgar os invólucros nº 1, Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada e os invólucros nº 03 de Proposta Técnica que contém a Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e subcomissão é composta pelos Srs. **ANDERSON LUÍS FRAGA SANTOS**, matrícula nº 08.578.322 e **HUMBERTO DE SOUZA PITANGA FILHO**, matrícula nº 08.605.045, que possuem vínculo com a administração pública estadual e o Sr. **DANILO SILVA DOS SANTOS**, membro da sociedade civil, com o fim específico de proceder à análise e o julgamento das propostas técnicas encaminhadas pela Comissão Especial de Licitação. Foram recebidos pelos membros da Subcomissão Técnica todos os 15 invólucros nº 1, sem conter nenhuma rasura, marca, etiqueta ou sinal. Em seguida, deu-se início à abertura do **decimo quarto invólucro**, cujo conceito apresentado **“Mais igualdade faz toda diferença.”**, no qual foram avaliados o raciocínio básico, a estratégia de comunicação, a ideia criativa, e a estratégia de mídia e não mídia. Observação: na hora de abrir o envelope houve um pequeno rasgo na parte da aba.

Salvador, 03 de julho de 2025.

Anderson Luís Fraga Santos

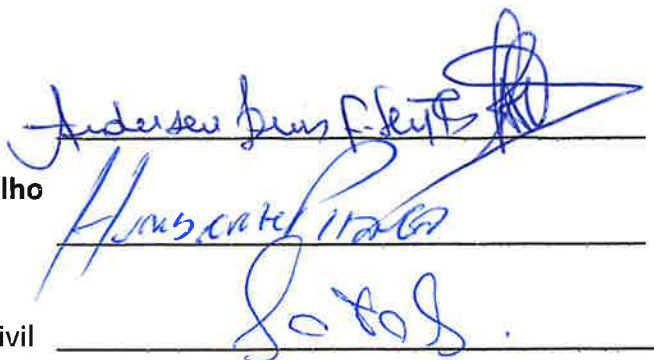
Matrícula nº 08.578.322

Humberto de Souza Pitanga Filho

Matrícula nº 08.605.045

Danilo Silva dos Santos

Representante da Sociedade Civil



ATA DA 15ª (DECIMA QUINTA) SESSÃO DE ENCONTRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA JULGADORA DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025, CUJO OBJETO SE REFERE À PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, UTILIDADE PÚBLICA, MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS E COMUNICAÇÃO DIGITAL, PARA OS ÓRGÃOS E ENTIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA DO PODER EXECUTIVO ESTADUAL, POR INTERMÉDIO DE 05 (CINCO) AGÊNCIAS, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO 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, CONSOANTE ESPECIFICAÇÕES CONSIGNADAS NO PROCESSO Nº 008.1883.2024.0014875-23.

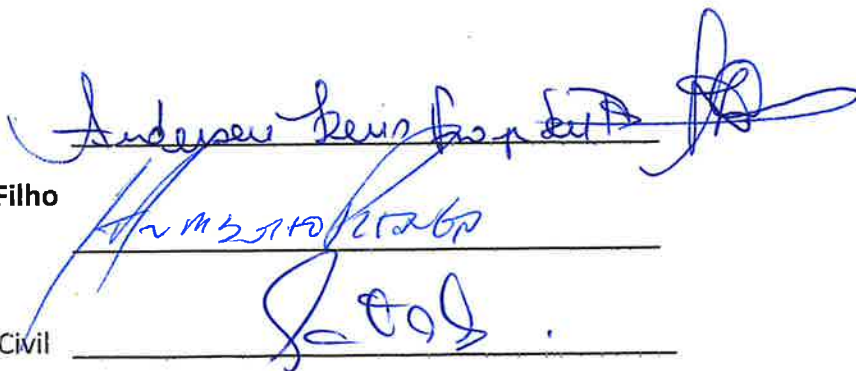
Aos quatro dias do mês de julho do ano de dois mil e vinte e cinco, às 10h (dez horas), horário local, na sala de **reunião da Redação - SECOM**, situado na 3ª Avenida, nº 390, Plataforma IV, 1º andar, no Centro Administrativo da Bahia – CAB, nesta Capital, reuniu-se em sessão reservada a **Subcomissão Técnica**, encarregada de julgar os invólucros nº 1, Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada e os invólucros nº 03 de Proposta Técnica que contém a Capacidade de Atendimento, Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e subcomissão é composta pelos Srs. **ANDERSON LUÍS FRAGA SANTOS**, matrícula nº 08.578.322 e **HUMBERTO DE SOUZA PITANGA FILHO**, matrícula nº 08.605.045, que possuem vínculo com a administração pública estadual e o Sr. **DANILO SILVA DOS SANTOS**, membro da sociedade civil, com o fim específico de proceder à análise e o julgamento das propostas técnicas encaminhadas pela Comissão Especial de Licitação. Foram recebidos pelos membros da Subcomissão Técnica todos os 15 invólucros nº 1, sem conter nenhuma rasura, marca, etiqueta ou sinal. Em seguida, deu-se início à abertura do **decimo quinto invólucro**, cujo conceito apresentado **“Bahia de todos os jeitos. Bahia de todos nós.”**, no qual foram avaliados o raciocínio básico, a estratégia de comunicação, a ideia criativa, e a estratégia de mídia e não mídia. Observação: na hora de abrir o envelope houve um pequeno rasgo na parte da aba.

Salvador, 04 de julho de 2025.

Anderson Luís Fraga Santos
Matrícula nº 08.578.322

Humberto de Souza Pitanga Filho
Matrícula nº 08.605.045

Danilo Silva dos Santos
Representante da Sociedade Civil



ATA DA 16ª (DÉCIMA SEXTA) SESSÃO DE ENCONTRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA JULGADORA DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2025, CUJO OBJETO SE REFERE À PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, UTILIDADE PÚBLICA, MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS E COMUNICAÇÃO DIGITAL, PARA OS ÓRGÃOS E ENTIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DIRETA E INDIRETA DO PODER EXECUTIVO ESTADUAL, POR INTERMÉDIO DE 05 (CINCO) AGÊNCIAS, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO 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, CONSOANTE ESPECIFICAÇÕES CONSIGNADAS NO PROCESSO Nº 008.1883.2024.0014875-23.

Aos oito dias do mês de agosto do ano de dois mil e vinte e cinco, às 16h (dezesesseis horas), horário local, na sala de **reunião do gabinete do Secretário - SECOM**, situado na 3ª Avenida, nº 390, Plataforma IV, 1º andar, no Centro Administrativo da Bahia – CAB, nesta Capital, reuniu-se em sessão reservada a **Subcomissão Técnica**, encarregada de julgar os invólucros nº 1, Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada. A subcomissão é composta pelos Srs. **ANDERSON LUÍS FRAGA SANTOS**, matrícula nº 08.578.322 e **HUMBERTO DE SOUZA PITANGA FILHO**, matrícula nº 08.605.045, que possuem vínculo com a administração pública estadual e o Sr. **DANILO SILVA DOS SANTOS**, membro da sociedade civil, com o fim específico de proceder à análise e o julgamento das propostas técnicas encaminhadas pela Comissão Especial de Licitação.

Nesse sentido, foram encaminhados à Subcomissão Técnica os Planos de Comunicação Publicitária (Envelope nº 01). Conforme previsto no Edital, os Planos de Comunicação Publicitária das Licitantes, constantes do **invólucro nº 01**, foram apresentados de modo não identificado, razão pela qual a atribuição das respectivas notas foi efetuada mediante utilização dos slogans de campanha abaixo relacionados:

- 1º - "QUANDO A GENTE VENCE A BAHIA INTEIRA GANHA"
- 2º - " OS BAIANOS SÃO MUITOS. A BAHIA É PRA TODO MUNDO.",
- 3º - " A BAHIA ABRAÇA, OPORTUNIDADE PRA TODA GENTE"
- 4º - " AQUI NINGUÉM FICA PRA TRÁS, BAHIA TERRA DE QUEM FAZ"
- 5º - " NA BAHIA TEM INCLUSÃO DE RESPEITO"
- 6º - A BAHIA É MELHOR QUANDO A GENTE SE JUNTA",
- 7º - "A GENTE É TUDO ISSO. A GENTE É A BAHIA"
- 8º - "BAHIA DE TODAS AS PESSOAS"



9° - "A BAHIA NÃO ESQUECE DE NINGUÉM"

10° - "A BAHIA POR TODOS, TODOS PELA BAHIA"

11° - "IGUALDADE NAS DIFERENÇAS, BAHIA QUE REPRESENTA."

12° - "UMA BAHIA MELHOR É UMA BAHIA DE TODOS."

13° - "CABE TODO MUNDO NA BAHIA."

14° - "MAIS IGUALDADE FAZ TODA DIFERENÇA."

15° - "BAHIA DE TODOS OS JEITOS. BAHIA DE TODOS NÓS."

O julgamento técnico das propostas foi executado conforme o Item 2 – Julgamento da Proposta Técnica, do Anexo V do Edital.

Na apresentação dos resultados, os membros da Subcomissão Técnica estão assim identificados:

JURADO 1: **Anderson Luís Fraga Santos** Matrícula nº 08.578.322

JURADO 2: **Humberto de Souza Pitanga Filho** Matrícula nº 08.605.045

JURADO 3: **Danilo Silva dos Santos** Representante da Sociedade Civil



Salvador, 08 de agosto de 2025.

LICITANTE: OS BAIANOS SÃO MUITOS. A BAHIA É PARA TODO MUNDO

QUESTÃO 12.3.2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

SUBQUESTÃO

1. RACIOCÍNIO BÁSICO - A ACUIDADE DE COMPREENSÃO (5 PONTOS)

- a) das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos
c) de papel da CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico
d) do problema específico de comunicação da CONTRATANTE

SUBQUESTÃO

II. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (15 PONTOS)

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CONTRATANTE e a seu problema específico de comunicação;
b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto
c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CONTRATANTE com seus públicos
d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CONTRATANTE
e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas
g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE, sobre o briefing apresentado e verba disponível

SUBQUESTÃO

III. IDEIA CRIATIVA (30 PONTOS)

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação da CONTRATANTE;
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
c) a cobertura dos segmentos de público ensinada por essas interpretações;
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
f) sua pertinência às atividades da CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;
g) os desdobramentos comunicativos que ensaja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
h) a executibilidade das peças;
i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos

SUBQUESTÃO

IV. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (15 PONTOS)

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação as duas mídias anteriores;
d) a pertinência a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da CONTRATANTE;
e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

TOTAL POR JURADO

MÉDIA GERAL

JURADO 1

NOTA JUSTIFICATIVA

4,575	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL

JURADO 2

NOTA JUSTIFICATIVA

4,55	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,4	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL

JURADO 3

NOTA JUSTIFICATIVA

4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL

14,357	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,1	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,1	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,3	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,1	ATENDEU BEM AO EDITAL

14,2571	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,3	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,2	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,3	ATENDEU BEM AO EDITAL
14	ATENDEU BEM AO EDITAL
14	ATENDEU BEM AO EDITAL

14,2571	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,1	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,2	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,3	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,2	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,4	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,2	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,4	ATENDEU BEM AO EDITAL

26,667	ATENDEU BEM AO EDITAL
27	ATENDEU BEM AO EDITAL
26,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
26	ATENDEU BEM AO EDITAL
26,2	ATENDEU BEM AO EDITAL
26,3	ATENDEU BEM AO EDITAL
27,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
26,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
27	ATENDEU BEM AO EDITAL
27	ATENDEU BEM AO EDITAL

26,8556	ATENDEU BEM AO EDITAL
27,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
26,8	ATENDEU BEM AO EDITAL
26,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
26,3	ATENDEU BEM AO EDITAL
26,3	ATENDEU BEM AO EDITAL
27,8	ATENDEU BEM AO EDITAL
27	ATENDEU BEM AO EDITAL
26,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
27	ATENDEU BEM AO EDITAL

26,7667	ATENDEU BEM AO EDITAL
27,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
26,9	ATENDEU BEM AO EDITAL
27	ATENDEU BEM AO EDITAL
26,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
26	ATENDEU BEM AO EDITAL
27	ATENDEU BEM AO EDITAL
27	ATENDEU BEM AO EDITAL
26	ATENDEU BEM AO EDITAL
27	ATENDEU BEM AO EDITAL

13,417	ATENDEU BEM AO EDITAL
14	ATENDEU BEM AO EDITAL
13,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
14	ATENDEU BEM AO EDITAL
13	ATENDEU BEM AO EDITAL
13	ATENDEU BEM AO EDITAL
13	ATENDEU BEM AO EDITAL

13,6333	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
13	ATENDEU BEM AO EDITAL
13	ATENDEU BEM AO EDITAL
14	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,3	ATENDEU BEM AO EDITAL
13	ATENDEU BEM AO EDITAL

13,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,1	ATENDEU BEM AO EDITAL
13	ATENDEU BEM AO EDITAL
13,9	ATENDEU BEM AO EDITAL
13,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
13,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
13	ATENDEU BEM AO EDITAL

59,145

59,296

59,1238

LEGENDA

ATENDEU PERFEITAMENTE AO EDITAL

ATENDEU BEM AO EDITAL

ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL

NÃO ATENDEU AO EDITAL

LICITANTE: BAHIA ABRÇA. OPORTUNIDADE PARA TODA GENTE

QUESTO 12.3.2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

SUBQUESTO

1. RACIOCÍNIO BÁSICO - A ACUIDADE DE COMPREENSÃO (5 PONTOS)

- a) das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos
c) de papel da CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico
d) do problema específico de comunicação da CONTRATANTE

SUBQUESTO

II. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (15 PONTOS)

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CONTRATANTE e a seu problema específico de comunicação;
b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto
c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CONTRATANTE com seus públicos
d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CONTRATANTE
e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas
g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE, sobre o briefing apresentado e verba disponível

SUBQUESTO

III. IDEIA CRIATIVA (30 PONTOS)

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação da CONTRATANTE;
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
c) a cobertura dos segmentos de público ensinada por essas interpretações;
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
f) sua pertinência às atividades da CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;
g) os desdobramentos comunicativos que ensina, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
h) a exequibilidade das peças;
i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos

SUBQUESTO

IV. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (15 PONTOS)

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação as duas mídias anteriores;
d) a pertinência a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da CONTRATANTE;
e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

TOTAL POR JURADO

MÉDIA GERAL

LEGENDA
ATENDEU PLEAMENTE AO EDITAL
ATENDEU BEM AO EDITAL
ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
NÃO ATENDEU AO EDITAL

JURADO 1		JURADO 2		JURADO 3	
NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA
4,5/5		4,6		4,6	
4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,8	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,57		14,5429		14,5571	
14,7	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,7	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,6	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,3	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,8	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,7	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,6	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,7	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,7	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,6	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,1	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,6	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
27,389		27,5889		27,5444	
27,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	27,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	27,6	ATENDEU BEM AO EDITAL
27	ATENDEU BEM AO EDITAL	28	ATENDEU BEM AO EDITAL	27	ATENDEU BEM AO EDITAL
26	ATENDEU BEM AO EDITAL	27,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	27	ATENDEU BEM AO EDITAL
27	ATENDEU BEM AO EDITAL	26,3	ATENDEU BEM AO EDITAL	27	ATENDEU BEM AO EDITAL
28	ATENDEU BEM AO EDITAL	28,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	28,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
28,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	28,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	28	ATENDEU BEM AO EDITAL
28,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	28	ATENDEU BEM AO EDITAL	28	ATENDEU BEM AO EDITAL
27	ATENDEU BEM AO EDITAL	27	ATENDEU BEM AO EDITAL	27,8	ATENDEU BEM AO EDITAL
27	ATENDEU BEM AO EDITAL	27	ATENDEU BEM AO EDITAL	27	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,517		14,2167		14,25	
14,4	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	14	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	14	ATENDEU BEM AO EDITAL	14	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	14	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	14	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,7	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	14	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,3	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
61,038		60,9484		60,9516	
60,979					

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature at the top and several initials below it.

LICITANTE: AQUI, NINGUÉM FICA PRA TRÁS. BAHIA. LUGAR DE QUEM FAZ

QUESTÃO 12.3.2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

SUBQUESTO

1. RACIOCÍNIO BÁSICO - A ACUIDADE DE COMPREENSÃO (5 PONTOS)

- a) as características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos
c) de papel da CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico
d) do problema específico de comunicação da CONTRATANTE

SUBQUESTO

II. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (15 PONTOS)

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CONTRATANTE e a seu problema específico de comunicação;
b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto
c) a riqueza de desenvolvimentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CONTRATANTE com seus públicos
d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CONTRATANTE
e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta:
f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas
g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE, sobre o briefing apresentado e verba disponível

SUBQUESTO

III. IDEIA CRIATIVA (30 PONTOS)

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação da CONTRATANTE;
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
c) a cobertura dos segmentos de público ensejados por essas interpretações;
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
f) sua pertinência às atividades da CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;
g) os desdobramentos comunicativos que ensaia, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
h) a exequibilidade das peças;
i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos

SUBQUESTO

IV. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (15 PONTOS)

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da CONTRATANTE;
e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

TOTAL POR JURADO
MÉDIA GERAL

LEGENDA
ATENDEU PLENAMENTE AO EDITAL
ATENDEU BEM AO EDITAL
ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
NÃO ATENDEU AO EDITAL

JURADO 1		JURADO 2		JURADO 3	
NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA
4,775	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,9	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,875	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,9	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,8	ATENDEU PLENAMENTE AO EDITAL
4,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,9	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,8	ATENDEU BEM AO EDITAL
5	ATENDEU PLENAMENTE AO EDITAL	4,9	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,9	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,557		14,549		14,572	
14,7	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,7	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,6	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,3	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,8	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,7	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,6	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,7	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,7	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,6	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,1	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,6	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
29,8		29,733		29,456	
29,7	ATENDEU BEM AO EDITAL	29,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	29,6	ATENDEU BEM AO EDITAL
29,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	29,8	ATENDEU BEM AO EDITAL	29,8	ATENDEU BEM AO EDITAL
29,8	ATENDEU BEM AO EDITAL	29,6	ATENDEU BEM AO EDITAL	26,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
29,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	29,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	29,7	ATENDEU BEM AO EDITAL
30	ATENDEU PLENAMENTE AO EDITAL	30	ATENDEU PLENAMENTE AO EDITAL	30	ATENDEU PLENAMENTE AO EDITAL
29,7	ATENDEU BEM AO EDITAL	29,7	ATENDEU BEM AO EDITAL	29,8	ATENDEU BEM AO EDITAL
30	ATENDEU PLENAMENTE AO EDITAL	29,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	29,7	ATENDEU BEM AO EDITAL
30	ATENDEU PLENAMENTE AO EDITAL	30	ATENDEU PLENAMENTE AO EDITAL	30	ATENDEU PLENAMENTE AO EDITAL
14,25		14,2833		14,25	
14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	14	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,1	ATENDEU BEM AO EDITAL
14	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,3	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,3	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,3	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,3	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,2	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,1	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,1	ATENDEU BEM AO EDITAL
14	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,3	ATENDEU BEM AO EDITAL	14,2	ATENDEU BEM AO EDITAL
63,382		63,4595		63,1377	
63,326					

Handwritten signatures and initials in blue ink, including "Km", "B", "am.", and others.

licitante: na bahia tem inclusão de respeito

questo 12.3.2 - plano de comunicação publicitária

subquesto

1. raciocínio básico - a acuidade de compreensão (5 pontos)

- a) das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos
- c) de papel da CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico
- d) do problema específico de comunicação da CONTRATANTE

subquesto

II. estratégia de comunicação publicitária (15 pontos)

- a) adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CONTRATANTE e a seu problema específico de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CONTRATANTE com seus públicos
- d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CONTRATANTE
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas
- g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE, sobre o briefing apresentado e verba disponível

subquesto

III. ideia criativa (30 pontos)

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação da CONTRATANTE;
- b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) a cobertura dos segmentos de público ensinada por essas interpretações;
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) sua pertinência às atividades da CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;
- g) os desdobramentos comunicativos que ensaja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) a executibilidade das peças;
- i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos

subquesto

IV. estratégia de mídia e não mídia (15 pontos)

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da CONTRATANTE;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

TOTAL POR JURADO
MÉDIA GERAL

LEGENDA
ATENDEU PLENAMENTE AO EDITAL
ATENDEU BEM AO EDITAL
ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
NÃO ATENDEU AO EDITAL

JURADO 1		JURADO 2		JURADO 3	
NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA
4,325	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,075	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,275	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	4	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,1	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,6	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,3	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,2	ATENDEU BEM AO EDITAL	4	ATENDEU BEM AO EDITAL
4	ATENDEU BEM AO EDITAL			4	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,243	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,243	ATENDEU BEM AO EDITAL	11,9857	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,3	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,7	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL
12	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,2	ATENDEU BEM AO EDITAL	11,9	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,4	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,4	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
12	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,1	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
12	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,1	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL	11	ATENDEU BEM AO EDITAL
21,411	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	21,467	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	21,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
22,1	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	21,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
21,6	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	20,9	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	21	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
21,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	20,8	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	21	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	21,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	21,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
22,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
20	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	21	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	21	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
21	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	21	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	21,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
20	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	21	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
12,333	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,1333	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,25	ATENDEU BEM AO EDITAL
13,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	13	ATENDEU BEM AO EDITAL	13,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
12	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,3	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL
11,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL
12	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	11,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL	11	ATENDEU BEM AO EDITAL
50,312		49,8993		50,0107	

Handwritten signatures and initials in blue ink.

LICITANTE: A BAHIA É MELHOR QUANDO A GENTE SE JUNTAM

QUESTÃO 12.3.2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

SUBQUESTÃO

1. RACIOCÍNIO BÁSICO - A ACUIDADE DE COMPREENSÃO (5 PONTOS)

- a) das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos
c) de papel da CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico
d) do problema específico de comunicação da CONTRATANTE

SUBQUESTÃO

II. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (15 PONTOS)

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CONTRATANTE e a seu problema específico de comunicação;
b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto
c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CONTRATANTE com seus públicos
d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CONTRATANTE
e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas
g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE, sobre o briefing apresentado e verba disponível

SUBQUESTÃO

III. IDEIA CRIATIVA (30 PONTOS)

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação da CONTRATANTE;
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
c) a cobertura dos segmentos de público ensinada por essas interpretações;
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
f) sua pertinência às atividades da CONTRATANTE e a sua inserção na sociedade;
g) os desdobramentos comunicativos que ensaja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
h) a executabilidade das peças;
i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos

SUBQUESTÃO

IV. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (15 PONTOS)

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da CONTRATANTE;
e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

TOTAL POR JURADO
MÉDIA GERAL

LEGENDA
ATENDEU PLENAMENTE AO EDITAL
ATENDEU BEM AO EDITAL
ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
NÃO ATENDEU AO EDITAL

JURADO 1		JURADO 2		JURADO 3	
NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA
4,575	4,5 ATENDEU BEM AO EDITAL	4,5	4,5 ATENDEU BEM AO EDITAL	4,575	4,6 ATENDEU BEM AO EDITAL
4,5	4,5 ATENDEU BEM AO EDITAL	4,5	4,5 ATENDEU BEM AO EDITAL	4,5	4,5 ATENDEU BEM AO EDITAL
4,6	4,6 ATENDEU BEM AO EDITAL	4,5	4,5 ATENDEU BEM AO EDITAL	4,4	4,4 ATENDEU BEM AO EDITAL
4,5	4,5 ATENDEU BEM AO EDITAL	4,5	4,5 ATENDEU BEM AO EDITAL	4,6	4,6 ATENDEU BEM AO EDITAL
14,257	14,3 ATENDEU BEM AO EDITAL	14,174	14,4 ATENDEU BEM AO EDITAL	14,174	14 ATENDEU BEM AO EDITAL
14,3	14,4 ATENDEU BEM AO EDITAL	14,3	14,4 ATENDEU BEM AO EDITAL	14	14,2 ATENDEU BEM AO EDITAL
14,4	14,5 ATENDEU BEM AO EDITAL	14,4	14,4 ATENDEU BEM AO EDITAL	14,2	14,1 ATENDEU BEM AO EDITAL
14,5	14,4 ATENDEU BEM AO EDITAL	14,1	14,4 ATENDEU BEM AO EDITAL	14,1	14,2 ATENDEU BEM AO EDITAL
14,4	14,2 ATENDEU BEM AO EDITAL	14	14 ATENDEU BEM AO EDITAL	14,2	14,2 ATENDEU BEM AO EDITAL
14,2	14 ATENDEU BEM AO EDITAL	14	14 ATENDEU BEM AO EDITAL	14,2	14,5 ATENDEU BEM AO EDITAL
14	14 ATENDEU BEM AO EDITAL	14	14 ATENDEU BEM AO EDITAL	14,5	14,5 ATENDEU BEM AO EDITAL
26,622	26,689 ATENDEU BEM AO EDITAL	26,689	26,744 ATENDEU BEM AO EDITAL	26,744	27 ATENDEU BEM AO EDITAL
27	26,5 ATENDEU BEM AO EDITAL	27,3	26,8 ATENDEU BEM AO EDITAL	27	26,8 ATENDEU BEM AO EDITAL
26,5	25,9 ATENDEU BEM AO EDITAL	26,5	26,9 ATENDEU BEM AO EDITAL	26,8	26,9 ATENDEU BEM AO EDITAL
25,9	26,2 ATENDEU BEM AO EDITAL	26	26,1 ATENDEU BEM AO EDITAL	26,9	26 ATENDEU BEM AO EDITAL
26,2	27,5 ATENDEU BEM AO EDITAL	26,1	27,5 ATENDEU BEM AO EDITAL	26	27,2 ATENDEU BEM AO EDITAL
27,5	26,6 ATENDEU BEM AO EDITAL	27,5	26,5 ATENDEU BEM AO EDITAL	27,2	26,5 ATENDEU BEM AO EDITAL
26,6	26,9 ATENDEU BEM AO EDITAL	27	26,5 ATENDEU BEM AO EDITAL	26,5	26,5 ATENDEU BEM AO EDITAL
26,9	27 ATENDEU BEM AO EDITAL	26,6	27 ATENDEU BEM AO EDITAL	26,5	27 ATENDEU BEM AO EDITAL
27	13,317 ATENDEU BEM AO EDITAL	26,8	13,5 ATENDEU BEM AO EDITAL	27	13,567 ATENDEU BEM AO EDITAL
13,317	13,5 ATENDEU BEM AO EDITAL	13,5	14 ATENDEU BEM AO EDITAL	13,567	14 ATENDEU BEM AO EDITAL
13,5	13,5 ATENDEU BEM AO EDITAL	13	14 ATENDEU BEM AO EDITAL	14	13,9 ATENDEU BEM AO EDITAL
13,5	14 ATENDEU BEM AO EDITAL	13	14 ATENDEU BEM AO EDITAL	13,9	13,5 ATENDEU BEM AO EDITAL
14	12,9 ATENDEU BEM AO EDITAL	14	13 ATENDEU BEM AO EDITAL	13,5	13,5 ATENDEU BEM AO EDITAL
12,9	13 ATENDEU BEM AO EDITAL	13	13 ATENDEU BEM AO EDITAL	13,5	13 ATENDEU BEM AO EDITAL
13	58,721	13	58,803	13	59,0075
58,721	59,463	58,803		59,0075	

LICITANTE: A GENTE É TUDO ISSO. A GENTE É A BAHIA.

QUESTÃO 12.3.2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

SUBQUESTO

1. RACIOCÍNIO BÁSICO - A ACUIDADE DE COMPREENSÃO (5 PONTOS)

- a) das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos
- c) de papel da CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico
- d) do problema específico de comunicação da CONTRATANTE

SUBQUESTO

II. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (15 PONTOS)

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CONTRATANTE e a seu problema específico de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CONTRATANTE com seus públicos
- d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CONTRATANTE
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas
- g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE, sobre o briefing apresentado e verba disponível

SUBQUESTO

III. IDÉIA CRIATIVA (30 PONTOS)

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação da CONTRATANTE;
- b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) sua pertinência às atividades da CONTRATANTE e a sua inserção na sociedade;
- g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) a executibilidade das peças;
- i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos

SUBQUESTO

IV. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (15 PONTOS)

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação as duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da CONTRATANTE;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

TOTAL POR JURADO
MÉDIA GERAL

LEGENDA
ATENDEU PLENAMENTE AO EDITAL
ATENDEU BEM AO EDITAL
ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
NÃO ATENDEU AO EDITAL

JURADO 1		JURADO 2		JURADO 3	
NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA
4,45	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,525	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,4	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,4	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,86	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,9571	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,9429	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,9	ATENDEU BEM AO EDITAL	13	ATENDEU BEM AO EDITAL	13	ATENDEU BEM AO EDITAL
13,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	13,2	ATENDEU BEM AO EDITAL	13	ATENDEU BEM AO EDITAL
11	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,7	ATENDEU BEM AO EDITAL
13,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	13,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	13,4	ATENDEU BEM AO EDITAL
13,2	ATENDEU BEM AO EDITAL	13	ATENDEU BEM AO EDITAL	13	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,6	ATENDEU BEM AO EDITAL	13	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
13,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	13	ATENDEU BEM AO EDITAL	13	ATENDEU BEM AO EDITAL
22,189	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,4444	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,2778	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
22,9	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	23	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	23	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
23,4	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	23,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	23	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
21,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	23	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
23	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
20	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	21	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	21	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
21	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	21,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
23	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
22,9	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	23	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
12,333	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,05	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,25	ATENDEU BEM AO EDITAL
13,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	13	ATENDEU BEM AO EDITAL	13,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
12	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,3	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL
12	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL
12	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	11	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL
51,858	ATENDEU BEM AO EDITAL	51,9766	ATENDEU BEM AO EDITAL	51,9766	ATENDEU BEM AO EDITAL
51,935	ATENDEU BEM AO EDITAL				

LICITANTE: BAHIA DE TODAS AS PESSOAS

QUESTO 12.3.2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

SUBQUESTO

1. RACIOCÍNIO BÁSICO - A ACUIDADE DE COMPREENSÃO (5 PONTOS)

- a) das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária
- b) da natureza, de extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos
- c) de papel da CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico
- d) do problema específico de comunicação da CONTRATANTE

SUBQUESTO

II. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (15 PONTOS)

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CONTRATANTE e a seu problema específico de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto
- c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CONTRATANTE com seus públicos
- d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CONTRATANTE
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas
- g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE, sobre o briefing apresentado e verba disponível

SUBQUESTO

III. IDEIA CRIATIVA (30 PONTOS)

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação da CONTRATANTE;
- b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) a cobertura dos segmentos de público ensinada por essas interpretações;
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) sua pertinência às atividades da CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;
- g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas;
- h) a executibilidade das peças;
- i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos

SUBQUESTO

IV. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (15 PONTOS)

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação as duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da CONTRATANTE;
- e) a economicidade de aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa

TOTAL POR JURADO
MÉDIA GERAL

LEGENDA
ATENDU PLENUMENTE AO EDITAL
ATENDU BEM AO EDITAL
ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
NÃO ATENDU AO EDITAL

JURADO 1		JURADO 2		JURADO 3	
NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA
4,325	ATENDU BEM AO EDITAL	4,425	ATENDU BEM AO EDITAL	4,45	ATENDU BEM AO EDITAL
4,6	ATENDU BEM AO EDITAL	4,4	ATENDU BEM AO EDITAL	4,3	ATENDU BEM AO EDITAL
4,5	ATENDU BEM AO EDITAL	4,5	ATENDU BEM AO EDITAL	4,5	ATENDU BEM AO EDITAL
4,5	ATENDU BEM AO EDITAL	4,4	ATENDU BEM AO EDITAL	4,5	ATENDU BEM AO EDITAL
12,571	ATENDU BEM AO EDITAL	12,723	ATENDU BEM AO EDITAL	12,731	ATENDU BEM AO EDITAL
13	ATENDU BEM AO EDITAL	12,5	ATENDU BEM AO EDITAL	12,5	ATENDU BEM AO EDITAL
12,5	ATENDU BEM AO EDITAL	13	ATENDU BEM AO EDITAL	12,5	ATENDU BEM AO EDITAL
12,5	ATENDU BEM AO EDITAL	12	ATENDU BEM AO EDITAL	13	ATENDU BEM AO EDITAL
12,5	ATENDU BEM AO EDITAL	13	ATENDU BEM AO EDITAL	13	ATENDU BEM AO EDITAL
12,5	ATENDU BEM AO EDITAL	13	ATENDU BEM AO EDITAL	12,8	ATENDU BEM AO EDITAL
12	ATENDU BEM AO EDITAL	12,5	ATENDU BEM AO EDITAL	12,5	ATENDU BEM AO EDITAL
21,899	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	21,722	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
23	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	23	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
22	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	21	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,5	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
21,5	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	21	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
22	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	21	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	21	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
22,5	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
21	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,5	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
23	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	21,5	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
21,5	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
20,5	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	21	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
12,167	ATENDU BEM AO EDITAL	12,167	ATENDU BEM AO EDITAL	12,167	ATENDU BEM AO EDITAL
13,5	ATENDU BEM AO EDITAL	13	ATENDU BEM AO EDITAL	13,5	ATENDU BEM AO EDITAL
12,5	ATENDU BEM AO EDITAL	12,5	ATENDU BEM AO EDITAL	12,5	ATENDU BEM AO EDITAL
11	ATENDU BEM AO EDITAL	12	ATENDU BEM AO EDITAL	12,5	ATENDU BEM AO EDITAL
12	ATENDU BEM AO EDITAL	11,5	ATENDU BEM AO EDITAL	12	ATENDU BEM AO EDITAL
12	ATENDU BEM AO EDITAL	12	ATENDU BEM AO EDITAL	11,5	ATENDU BEM AO EDITAL
51,152	ATENDU BEM AO EDITAL	51,0282	ATENDU BEM AO EDITAL	51,6238	ATENDU BEM AO EDITAL
51,768	ATENDU BEM AO EDITAL				

Handwritten signatures and initials in blue ink, including "LH", "scv", and others.

三

LICITANTE: A BAHIA POR TODOS. TODOS PELA BAHIA

QUESTO 12.3.2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

SUBQUESTO

1. RACIOCÍNIO BÁSICO - A ACUIDADE DE COMPREENSÃO (5 PONTOS)

- a) das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos
c) de papel da CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico
d) do problema específico de comunicação da CONTRATANTE

SUBQUESTO

II. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (15 PONTOS)

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CONTRATANTE e a seu problema específico de comunicação;
b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto
c) a riqueza de desdobramentos, positivos do conceito proposto para a comunicação da CONTRATANTE com seus públicos
d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CONTRATANTE
e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta:
f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas
g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE, sobre o briefing apresentado e verbas disponíveis

SUBQUESTO

III. IDÉIA CRIATIVA (30 PONTOS)

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação da CONTRATANTE;
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
f) sua pertinência às atividades da CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;
g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
h) a exequibilidade das peças;
i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos

SUBQUESTO

IV. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (15 PONTOS)

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da CONTRATANTE;
e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

AGENDA

ATENDU PLENAMENTE AO EDITAL
ATENDU BEM AO EDITAL
ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
NÃO ATENDU AO EDITAL

TOTAL POR JURADO
MÉDIA GERAL

JURADO 1		JURADO 2		JURADO 3	
NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA
4,725		4,775		4,75	
4,5	ATENDU BEM AO EDITAL	4,6	ATENDU BEM AO EDITAL	4,6	ATENDU BEM AO EDITAL
5	ATENDU PLENAMENTE AO EDITAL	4,8	ATENDU BEM AO EDITAL	4,6	ATENDU BEM AO EDITAL
4,4	ATENDU BEM AO EDITAL	4,5	ATENDU BEM AO EDITAL	4,6	ATENDU BEM AO EDITAL
5	ATENDU PLENAMENTE AO EDITAL	5	ATENDU PLENAMENTE AO EDITAL	5	ATENDU PLENAMENTE AO EDITAL
14,386		14,426		14,449	
14,4	ATENDU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDU BEM AO EDITAL
14,5	ATENDU BEM AO EDITAL	14,3	ATENDU BEM AO EDITAL	14,6	ATENDU BEM AO EDITAL
14,3	ATENDU BEM AO EDITAL	14,2	ATENDU BEM AO EDITAL	14,3	ATENDU BEM AO EDITAL
14,5	ATENDU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDU BEM AO EDITAL	14,4	ATENDU BEM AO EDITAL
14,4	ATENDU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDU BEM AO EDITAL	14,4	ATENDU BEM AO EDITAL
14,5	ATENDU BEM AO EDITAL	14,4	ATENDU BEM AO EDITAL	14,5	ATENDU BEM AO EDITAL
14,1	ATENDU BEM AO EDITAL	14,6	ATENDU BEM AO EDITAL	14,4	ATENDU BEM AO EDITAL
29,444		29,422		29,5	
28,5	ATENDU BEM AO EDITAL	28,4	ATENDU BEM AO EDITAL	28,6	ATENDU BEM AO EDITAL
29,2	ATENDU BEM AO EDITAL	29,1	ATENDU BEM AO EDITAL	29,2	ATENDU BEM AO EDITAL
29,3	ATENDU BEM AO EDITAL	29,2	ATENDU BEM AO EDITAL	29,2	ATENDU BEM AO EDITAL
29,1	ATENDU BEM AO EDITAL	29,2	ATENDU BEM AO EDITAL	29,5	ATENDU BEM AO EDITAL
29,7	ATENDU BEM AO EDITAL	30	ATENDU PLENAMENTE AO EDITAL	30	ATENDU PLENAMENTE AO EDITAL
29,4	ATENDU BEM AO EDITAL	29,4	ATENDU BEM AO EDITAL	30	ATENDU PLENAMENTE AO EDITAL
30	ATENDU PLENAMENTE AO EDITAL	29,5	ATENDU BEM AO EDITAL	29,5	ATENDU BEM AO EDITAL
29,8	ATENDU BEM AO EDITAL	30	ATENDU PLENAMENTE AO EDITAL	29,5	ATENDU BEM AO EDITAL
30	ATENDU PLENAMENTE AO EDITAL	30	ATENDU PLENAMENTE AO EDITAL	30	ATENDU PLENAMENTE AO EDITAL
14,05		14,1		14,133	
14,2	ATENDU BEM AO EDITAL	14	ATENDU BEM AO EDITAL	14,1	ATENDU BEM AO EDITAL
13,8	ATENDU BEM AO EDITAL	14	ATENDU BEM AO EDITAL	14	ATENDU BEM AO EDITAL
14	ATENDU BEM AO EDITAL	14	ATENDU BEM AO EDITAL	14,2	ATENDU BEM AO EDITAL
14,2	ATENDU BEM AO EDITAL	14,1	ATENDU BEM AO EDITAL	14,2	ATENDU BEM AO EDITAL
14,1	ATENDU BEM AO EDITAL	14,3	ATENDU BEM AO EDITAL	14,1	ATENDU BEM AO EDITAL
62,605		62,728		62,826	

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature at the top and several smaller ones below it.

LICITANTE: IGUALDADE NAS DIFERENÇAS, BAHIA QUE REPRESENTA

QUESTO 12.3.2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

SUBQUESTO

- 1. RACIOCÍNIO BÁSICO - A ACUIDADE DE COMPREENSÃO (5 PONTOS)**
- a) das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária
 - b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos
 - c) do papel da CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico
 - d) do problema específico de comunicação da CONTRATANTE

SUBQUESTO

II. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (15 PONTOS)

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CONTRATANTE e a seu problema específico de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto
- c) a riqueza de desenvolvimentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CONTRATANTE com seus públicos
- d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CONTRATANTE
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas
- g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE, sobre o briefing apresentado e verba disponível

SUBQUESTO

III. IDEIA CRIATIVA (30 PONTOS)

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação da CONTRATANTE;
- b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) sua pertinência às atividades da CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;
- g) os desenvolvimentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) a executividade das peças;
- i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos

SUBQUESTO

IV. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (15 PONTOS)

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas mídias anteriores;
- d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da CONTRATANTE;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

LEGENDA

ATENDU PLENAMENTE AO EDITAL
ATENDU BEM AO EDITAL
ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
AO ATENDU AO EDITAL

TOTAL POR JURADO
MÉDIA GERAL

JURADO 1		JURADO 2		JURADO 3	
NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA
4,4	ATENDU BEM AO EDITAL	4,425	ATENDU BEM AO EDITAL	4,45	ATENDU BEM AO EDITAL
4,3	ATENDU BEM AO EDITAL	4,5	ATENDU BEM AO EDITAL	4,5	ATENDU BEM AO EDITAL
4,5	ATENDU BEM AO EDITAL	4,5	ATENDU BEM AO EDITAL	4,4	ATENDU BEM AO EDITAL
4,4	ATENDU BEM AO EDITAL	4,3	ATENDU BEM AO EDITAL	4,4	ATENDU BEM AO EDITAL
14,071		13,9429		14,0143	
14,2	ATENDU BEM AO EDITAL	13,7	ATENDU BEM AO EDITAL	14	ATENDU BEM AO EDITAL
14,1	ATENDU BEM AO EDITAL	14	ATENDU BEM AO EDITAL	14	ATENDU BEM AO EDITAL
14,2	ATENDU BEM AO EDITAL	14,2	ATENDU BEM AO EDITAL	14	ATENDU BEM AO EDITAL
14,2	ATENDU BEM AO EDITAL	14	ATENDU BEM AO EDITAL	14	ATENDU BEM AO EDITAL
14	ATENDU BEM AO EDITAL	14,1	ATENDU BEM AO EDITAL	14,2	ATENDU BEM AO EDITAL
13,9	ATENDU BEM AO EDITAL	13,8	ATENDU BEM AO EDITAL	14	ATENDU BEM AO EDITAL
13,9	ATENDU BEM AO EDITAL	13,8	ATENDU BEM AO EDITAL	13,9	ATENDU BEM AO EDITAL
26,222		26,2875		26,2444	
26	ATENDU BEM AO EDITAL	26,1	ATENDU BEM AO EDITAL	26	ATENDU BEM AO EDITAL
26,3	ATENDU BEM AO EDITAL	26,2	ATENDU BEM AO EDITAL	26,2	ATENDU BEM AO EDITAL
25,6	ATENDU BEM AO EDITAL	25,9	ATENDU BEM AO EDITAL	25,8	ATENDU BEM AO EDITAL
25,8	ATENDU BEM AO EDITAL	25,7	ATENDU BEM AO EDITAL	25,8	ATENDU BEM AO EDITAL
26	ATENDU BEM AO EDITAL	26,1	ATENDU BEM AO EDITAL	26	ATENDU BEM AO EDITAL
27,2	ATENDU BEM AO EDITAL	27,5	ATENDU BEM AO EDITAL	27,3	ATENDU BEM AO EDITAL
26,5	ATENDU BEM AO EDITAL	26,6	ATENDU BEM AO EDITAL	26,5	ATENDU BEM AO EDITAL
25,9	ATENDU BEM AO EDITAL	25,6	ATENDU BEM AO EDITAL	25,6	ATENDU BEM AO EDITAL
26,7	ATENDU BEM AO EDITAL	26,8	ATENDU BEM AO EDITAL	27	ATENDU BEM AO EDITAL
13,05		13,1		13,0667	
12,5	ATENDU BEM AO EDITAL	12,5	ATENDU BEM AO EDITAL	12,4	ATENDU BEM AO EDITAL
13,2	ATENDU BEM AO EDITAL	13	ATENDU BEM AO EDITAL	13,1	ATENDU BEM AO EDITAL
13,8	ATENDU BEM AO EDITAL	14	ATENDU BEM AO EDITAL	13,9	ATENDU BEM AO EDITAL
13,5	ATENDU BEM AO EDITAL	13,5	ATENDU BEM AO EDITAL	13,4	ATENDU BEM AO EDITAL
12,5	ATENDU BEM AO EDITAL	12,6	ATENDU BEM AO EDITAL	12,7	ATENDU BEM AO EDITAL
12,8	ATENDU BEM AO EDITAL	13	ATENDU BEM AO EDITAL	12,9	ATENDU BEM AO EDITAL
57,744		57,7554		57,7754	
57,758					

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

LICITANTE: UMA BAHIA MELHOR, É UMA BAHIA DE TODOS

QUESTÃO 12.3.2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

SUBQUESTO

1. RACIOCÍNIO BÁSICO - A ADEQUAÇÃO DE COMPRENSÃO (5 PONTOS)

- a) das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos
- c) de papel da CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico
- d) do problema específico de comunicação da CONTRATANTE

SUBQUESTO

II. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (15 PONTOS)

- a) a adequação do perfil temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CONTRATANTE e a seu problema específico de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto;
- c) a riqueza de desenvolvimentos positivos do conceito publicitário proposto para a comunicação da CONTRATANTE com seus públicos;
- d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CONTRATANTE;
- e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e a capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE, sobre o briefing apresentado e verba disponível;

SUBQUESTO

III. IDEIA CRIATIVA (30 PONTOS)

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação da CONTRATANTE;
- b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comportar;
- c) a cobertura dos segmentos de público envolvidos por essas interpretações;
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) sua pertinência às atividades da CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;
- g) os desenvolvimentos comunicativos que ensaia, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) a executabilidade das peças;
- i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos;

IV. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (15 PONTOS)

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas mídias anteriores;
- d) a pertinência a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da CONTRATANTE;
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa;

LEGENDA

ATENDU BEM AO EDITAL
ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
NÃO ATENDU AO EDITAL

TOTAL POR JURADO

MÉDIA GERAL

JURADO 1			JURADO 2			JURADO 3		
NOTA	JUSTIFICATIVA		NOTA	JUSTIFICATIVA		NOTA	JUSTIFICATIVA	
4,425	4,3	ATENDU BEM AO EDITAL	4,425	4,4	ATENDU BEM AO EDITAL	4,375	4,3	ATENDU BEM AO EDITAL
4,5	4,5	ATENDU BEM AO EDITAL	4,3	4,3	ATENDU BEM AO EDITAL	4,4	4,4	ATENDU BEM AO EDITAL
4,5	4,5	ATENDU BEM AO EDITAL	4,3	4,3	ATENDU BEM AO EDITAL	4,5	4,5	ATENDU BEM AO EDITAL
12,657	12,5	ATENDU BEM AO EDITAL	12,774	12,6	ATENDU BEM AO EDITAL	12,657	12,5	ATENDU BEM AO EDITAL
13	13	ATENDU BEM AO EDITAL	13	12,6	ATENDU BEM AO EDITAL	13	12,5	ATENDU BEM AO EDITAL
11,5	11,5	ATENDU BEM AO EDITAL	12	12	ATENDU BEM AO EDITAL	12	12	ATENDU BEM AO EDITAL
13	13	ATENDU BEM AO EDITAL	13	13	ATENDU BEM AO EDITAL	13	13	ATENDU BEM AO EDITAL
12	12	ATENDU BEM AO EDITAL	12,8	12,8	ATENDU BEM AO EDITAL	13	13	ATENDU BEM AO EDITAL
13,6	13,6	ATENDU BEM AO EDITAL	14	14	ATENDU BEM AO EDITAL	12,1	12,1	ATENDU BEM AO EDITAL
22,089	22,5	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,1596	22,3	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,1222	22,2	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
23	23	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,5	22,5	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	22	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
22	22	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,5	22,5	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,8	22,8	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
22,6	22,6	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,6	22,6	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	22	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
22	22	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,5	22,5	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,5	22,5	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
20,8	20,8	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	21	21	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	23	23	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
20,9	20,9	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	21	21	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	20,8	20,8	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
22,5	22,5	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,5	22,5	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL	21	21	ATENDU PARCIALMENTE AO EDITAL
12,2	12,2	ATENDU BEM AO EDITAL	12,2667	12,6	ATENDU BEM AO EDITAL	12,2667	12,2667	ATENDU BEM AO EDITAL
13	13	ATENDU BEM AO EDITAL	13	13	ATENDU BEM AO EDITAL	13	13	ATENDU BEM AO EDITAL
12,5	12,5	ATENDU BEM AO EDITAL	12,6	12,6	ATENDU BEM AO EDITAL	12,8	12,8	ATENDU BEM AO EDITAL
11,9	11,9	ATENDU BEM AO EDITAL	12	12	ATENDU BEM AO EDITAL	12	12	ATENDU BEM AO EDITAL
11,8	11,8	ATENDU BEM AO EDITAL	12	12	ATENDU BEM AO EDITAL	11,8	11,8	ATENDU BEM AO EDITAL
12	12	ATENDU BEM AO EDITAL	12	12	ATENDU BEM AO EDITAL	12	12	ATENDU BEM AO EDITAL
12	12	ATENDU BEM AO EDITAL	12	12	ATENDU BEM AO EDITAL	12	12	ATENDU BEM AO EDITAL
51,371	51,46		51,5187	51,4466		51,4466	51,4466	

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

LICITANTE: CABE TODO MUNDO NA BAHIA

QUESTÃO 12.3.2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

SUBQUESTO

- I. RACIOCÍNIO BÁSICO - A ACUIDADE DE COMPREENSÃO (5 PONTOS)**
- das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária
 - da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos
 - de papel da CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico
 - do problema específico de comunicação da CONTRATANTE

SUBQUESTO

- II. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (15 PONTOS)**
- a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CONTRATANTE e a seu problema específico de comunicação;
 - a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto
 - a riqueza de desenvolvimentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CONTRATANTE com seus públicos
 - a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CONTRATANTE
 - a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
 - a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas.

SUBQUESTO

- III. IDEIA CRIATIVA (30 PONTOS)**
- sua adequação ao problema específico de comunicação da CONTRATANTE;
 - a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
 - a cobertura dos segmentos de público ensináveis por essas interpretações;
 - a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
 - a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
 - sua pertinência às atividades da CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;
 - os desenvolvimentos comunicativos que ensaja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
 - a exequibilidade das peças;
 - a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos

SUBQUESTO

- IV. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (15 PONTOS)**
- o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
 - a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas mídias anteriores;
 - a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da CONTRATANTE;
 - a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
 - a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

TOTAL POR JURADO

MÉDIA GERAL

JURADO 1		JURADO 2		JURADO 3	
NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA
4,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	4	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,025	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,2	ATENDEU BEM AO EDITAL	4	ATENDEU BEM AO EDITAL	4	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,4	ATENDEU BEM AO EDITAL	4	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,1	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,357		12,3857		12,3714	
12	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,1	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
11,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,1	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,8	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,7	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,7	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,4	ATENDEU BEM AO EDITAL
12	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,9	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,3	ATENDEU BEM AO EDITAL
13	ATENDEU BEM AO EDITAL			12,8	ATENDEU BEM AO EDITAL
21,744		21,7778		21,556	
22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,1	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,4	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
22,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,8	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,6	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
22,7	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,1	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
22,4	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,4	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,1	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
21,8	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,2	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
20,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	20,4	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	20,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
20,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	20,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	20,4	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
21,4	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	21,6	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	21,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
21,9	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	21,7	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
12,1		12,1333		12,1667	
12,7	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,1	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,4	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,4	ATENDEU BEM AO EDITAL
12	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,2	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,1	ATENDEU BEM AO EDITAL
11,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	11,7	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,2	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,1	ATENDEU BEM AO EDITAL				
50,352		50,2968		50,3187	
50,322					

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

LICITANTE: MAIS IGUALDADE FAZ TODA A DIFERENÇA

QUESTÃO 12.3.2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

SUBQUESTO

- das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária
- da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos
- do papel da CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico
- do problema específico de comunicação da CONTRATANTE

SUBQUESTO

II. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (15 PONTOS)

- a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CONTRATANTE e a seu problema específico de comunicação;
- a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto
- a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CONTRATANTE com seus públicos
- a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CONTRATANTE
- a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas
- a capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE, sobre o briefing apresentado e verba disponível

SUBQUESTO

III. IDEIA CRIATIVA (30 PONTOS)

- a adequação ao problema específico de comunicação da CONTRATANTE;
- a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporte;
- a cobertura dos segmentos de público ensinada por essas interpretações;
- a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- os desdobramentos comunicativos que ensija, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas;
- a executabilidade das peças;
- a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos;

SUBQUESTO

IV. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (15 PONTOS)

- o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação as duas mídias anteriores;
- a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos propostos de comunicação da CONTRATANTE;
- a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

TOTAL POR JURADO
MÉDIA GERAL

ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
ATENDEU BEM AO EDITAL
ATENDEU MUITO BEM AO EDITAL
NÃO ATENDEU AO EDITAL

JURADO 1		JURADO 2		JURADO 3	
NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA
4,4	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,375	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,4	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,4	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,4	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,4	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,3	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,3	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,3	ATENDEU BEM AO EDITAL
4,4	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,4	ATENDEU BEM AO EDITAL	4,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
13,114		13,0714		13,1	
13,2	ATENDEU BEM AO EDITAL	13	ATENDEU BEM AO EDITAL	13,1	ATENDEU BEM AO EDITAL
13	ATENDEU BEM AO EDITAL	13,1	ATENDEU BEM AO EDITAL	13	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,6	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,7	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,7	ATENDEU BEM AO EDITAL
13,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	13,4	ATENDEU BEM AO EDITAL	13,4	ATENDEU BEM AO EDITAL
13	ATENDEU BEM AO EDITAL	13	ATENDEU BEM AO EDITAL	13,1	ATENDEU BEM AO EDITAL
13,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	13,1	ATENDEU BEM AO EDITAL	13,1	ATENDEU BEM AO EDITAL
13,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	13,2	ATENDEU BEM AO EDITAL	13,4	ATENDEU BEM AO EDITAL
22,6		22,5		22,5333	
23,2	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	23,1	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	23	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
23	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,9	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	23	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
22,3	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	23	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	23,2	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
22,1	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,4	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,1	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
22,3	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	21,9	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	21,8	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
22,4	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,2	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22,2	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
23,1	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	23	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
12,417		12,4		12,35	
13,4	ATENDEU BEM AO EDITAL	13,4	ATENDEU BEM AO EDITAL	13,4	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,4	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,1	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,2	ATENDEU BEM AO EDITAL
12	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,1	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,3	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,3	ATENDEU BEM AO EDITAL	12	ATENDEU BEM AO EDITAL
12,3	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,3	ATENDEU BEM AO EDITAL	12,5	ATENDEU BEM AO EDITAL
52,531		52,3464		52,3833	
52,42					

[Handwritten signature]

[Handwritten signatures and initials]

LICITANTE: BAHIA DE TODOS OS JEITOS. BAHIA DE TODOS NÓS

QUESTÃO 12.3.2 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

SUBQUESTO

I. RACIOCÍNIO BÁSICO - A ACUIDADE DE COMPREENSÃO (5 PONTOS)

- a) das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos
c) de papel da CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico
d) do problema específico de comunicação da CONTRATANTE

SUBQUESTO

II. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (15 PONTOS)

- a) adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CONTRATANTE e a seu problema específico de comunicação;
b) a rigorosa de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CONTRATANTE com seus públicos
c) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da CONTRATANTE
d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
e) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas
f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a CONTRATANTE, sobre o briefing apresentado e verbo disponível

SUBQUESTO

III. IDEIA CRIATIVA (30 PONTOS)

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação da CONTRATANTE;
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
f) sua pertinência às atividades da CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;
g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
h) a exequibilidade das peças;

SUBQUESTO

IV. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E MÃO MÍDIA (15 PONTOS)

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas mídias anteriores;
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da CONTRATANTE;
e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

LEGENDA

ATENDEU BEM AO EDITAL
ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL
NÃO ATENDEU AO EDITAL

TOTAL POR JURADO
MÉDIA GERAL

JURADO 1			JURADO 2			JURADO 3		
NOTA	JUSTIFICATIVA		NOTA	JUSTIFICATIVA		NOTA	JUSTIFICATIVA	
4,4	ATENDEU BEM AO EDITAL		4,375	ATENDEU BEM AO EDITAL		4,4	ATENDEU BEM AO EDITAL	
4,4	ATENDEU BEM AO EDITAL		4,4	ATENDEU BEM AO EDITAL		4,4	ATENDEU BEM AO EDITAL	
4,3	ATENDEU BEM AO EDITAL		4,3	ATENDEU BEM AO EDITAL		4,3	ATENDEU BEM AO EDITAL	
4,4	ATENDEU BEM AO EDITAL		4,4	ATENDEU BEM AO EDITAL		4,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	
13,114	ATENDEU BEM AO EDITAL		13,0714	ATENDEU BEM AO EDITAL		13,1	ATENDEU BEM AO EDITAL	
13,2	ATENDEU BEM AO EDITAL		13,1	ATENDEU BEM AO EDITAL		13,1	ATENDEU BEM AO EDITAL	
13	ATENDEU BEM AO EDITAL		12,7	ATENDEU BEM AO EDITAL		12,7	ATENDEU BEM AO EDITAL	
13,5	ATENDEU BEM AO EDITAL		13,4	ATENDEU BEM AO EDITAL		13,4	ATENDEU BEM AO EDITAL	
13	ATENDEU BEM AO EDITAL		13	ATENDEU BEM AO EDITAL		13,1	ATENDEU BEM AO EDITAL	
13,5	ATENDEU BEM AO EDITAL		13,2	ATENDEU BEM AO EDITAL		13	ATENDEU BEM AO EDITAL	
22,6	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL		22,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL		22,5333	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	
23	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL		23,1	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL		23	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	
23	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL		22,9	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL		23	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	
22,3	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL		23	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL		23,2	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	
22,1	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL		22,5	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL		22,4	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	
22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL		22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL		22,1	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	
22,3	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL		21,9	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL		21,8	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	
22,4	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL		22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL		22,2	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	
23,1	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL		23	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL		22	ATENDEU PARCIALMENTE AO EDITAL	
12,417	ATENDEU BEM AO EDITAL		12,4	ATENDEU BEM AO EDITAL		12,35	ATENDEU BEM AO EDITAL	
12,4	ATENDEU BEM AO EDITAL		13,4	ATENDEU BEM AO EDITAL		13,4	ATENDEU BEM AO EDITAL	
12	ATENDEU BEM AO EDITAL		12,1	ATENDEU BEM AO EDITAL		12,2	ATENDEU BEM AO EDITAL	
12	ATENDEU BEM AO EDITAL		12,1	ATENDEU BEM AO EDITAL		12	ATENDEU BEM AO EDITAL	
12,4	ATENDEU BEM AO EDITAL		12,3	ATENDEU BEM AO EDITAL		12	ATENDEU BEM AO EDITAL	
12,3	ATENDEU BEM AO EDITAL		12,3	ATENDEU BEM AO EDITAL		12,5	ATENDEU BEM AO EDITAL	
52,531			52,3464			52,3833		
53,42								

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]