

## ATA DOS TRABALHOS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DA CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 006/2023 DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA DA BAHIA

A Subcomissão Técnica da Concorrência Pública nº 006/2023, cujo objeto é a contratação, sob demanda de empresa especializada na prestação de serviços de Publicidade e Propaganda, incluindo estudo, planejamento, criação, produção, veiculação, e apresentação dos resultados das campanhas publicitárias na mídia, reuniu-se para avaliar as propostas técnicas.

A Subcomissão Técnica, composta pelos três membros que assinam esta ata, iniciou seus trabalhos no dia 05/06/2023, quando recebeu, para análise e julgamento das propostas técnicas, os Planos de Comunicação Publicitárias não identificados, bem como o conteúdo dos envelopes B1 referente à capacidade de atendimento, repertório e relatos de soluções de problemas de comunicação.

Após recebimento da documentação e alinhamento dos trabalhos, cada membro da Subcomissão Técnica fez a análise individualizada das propostas, de acordo com o Anexo III da referida Concorrência Pública, registrando suas notas em planilhas, nesta ata anexadas. A pontuação final de cada quesito, resultou da média aritmética simples dos pontos dados por cada membro da Subcomissão. Foram discutidas e registradas, também, as justificativas das razões que fundamentaram as pontuações. Tanto as notas finais quanto as justificativas são apresentadas a seguir.

Cabe salientar que o julgamento feito pela Subcomissão Técnica está de acordo com o determinado pela Concorrência Pública nº 006/2023 e pela Lei nº 12.232/2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências e propaganda e dá outras providências.

### Do julgamento das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária

Esta Subcomissão Técnica, após análise e julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária – vias não identificadas, atribuiu as seguintes pontuações:

<b>1</b>	<b>NOME DA CAMPANHA: Quando a Justiça é transparente todo mundo vê e confia!</b>	<b>Pontos</b>
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	<b>39</b>
	Raciocínio Básico (10pts)	<b>7,3</b>
	Estratégia de Comunicação (20pts)	<b>13</b>
	Ideia Criativa (25pts)	<b>11</b>
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	<b>7,7</b>
<b>2</b>	<b>NOME DA CAMPANHA: PJBA 1º lugar no Prêmio da Transparência do CNJ</b>	<b>Pontos</b>
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	<b>52</b>
	Raciocínio Básico (10pts)	<b>7</b>
	Estratégia de Comunicação (20pts)	<b>17,3</b>
	Ideia Criativa (25pts)	<b>19</b>
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	<b>8,7</b>



3	<b>NOME DA CAMPANHA: 1º Lugar em transparência no Brasil</b>	<b>Pontos</b>
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	42
	Raciocínio Básico (10pts)	7
	Estratégia de Comunicação (20pts)	14,3
	Ideia Criativa (25pts)	12
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	8,7
4	<b>NOME DA CAMPANHA: Justiça - Quando o essencial é transparente, a confiança só aumenta</b>	<b>Pontos</b>
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	44,7
	Raciocínio Básico (10pts)	7
	Estratégia de Comunicação (20pts)	15,7
	Ideia Criativa (25pts)	14,3
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	7,7
5	<b>NOME DA CAMPANHA: Transparência em primeiro lugar</b>	<b>Pontos</b>
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	39
	Raciocínio Básico (10pts)	5,3
	Estratégia de Comunicação (20pts)	14,3
	Ideia Criativa (25pts)	12,7
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	6,7
6	<b>NOME DA CAMPANHA: É o que os baianos ganham com uma justiça cada vez mais transparente</b>	<b>Pontos</b>
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	49,3
	Raciocínio Básico (10pts)	7,7
	Estratégia de Comunicação (20pts)	13,3
	Ideia Criativa (25pts)	20
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	8,3
7	<b>NOME DA CAMPANHA: Nosso maior prêmio é ser transparente pra você</b>	<b>Pontos</b>
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	47,1
	Raciocínio Básico (10pts)	7,7
	Estratégia de Comunicação (20pts)	15,7
	Ideia Criativa (25pts)	17
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	6,7
8	<b>NOME DA CAMPANHA: O 1º Poder Judiciário das Américas é o 1º em transparência do Brasil</b>	<b>Pontos</b>
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	46,7
	Raciocínio Básico (10pts)	6,3
	Estratégia de Comunicação (20pts)	15,7
	Ideia Criativa (25pts)	18
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	6,7
9	<b>NOME DA CAMPANHA: PJBA. Aqui tudo é feito às claras</b>	<b>Pontos</b>
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	45,3
	Raciocínio Básico (10pts)	8
	Estratégia de Comunicação (20pts)	17
	Ideia Criativa (25pts)	13
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	7,3



As notas atribuídas são assim justificadas:

## EMPRESA 1

### **CAMPANHA: Quando a Justiça é transparente, todo mundo vê. E confia!**

**Raciocínio Básico:** Quanto à visibilidade e compreensão da temática, a Empresa 1 demonstrou entendimento e pesquisa satisfatórios, principalmente, quando mencionou as diretrizes investidas pelo órgão constantemente. Ainda, atendeu aos apelos do briefing, ressaltando os esforços do PJBA que culminou na conquista do 1º Lugar no Prêmio (Ranking) de Transparência do Conselho Nacional de Justiça de 2022.

**Estratégia de Comunicação:** a Empresa 1 apresentou alguns motivos de layout junto com o conceito da campanha, mas as imagens escolhidas não dialogam com o título proposto. O conceito “QUANDO A JUSTIÇA É TRANSPARENTE, TODO MUNDO VÊ. E CONFIA!”, na idealização do título parece ser uma opção válida, porém o formato de construção prejudicou o desempenho da proposta, logo não atingiu o objetivo.

**Ideia Criativa:** A mídia apresentada é adequada, entretanto, poderia ter uma melhor diversificação do formato, apresentando mais possibilidades e com melhor unidade visual nas peças.

**Estratégia de Mídia e Não Mídia:** A empresa atende o critério que se refere aos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários; também em relação a consistência do plano simulado de distribuição das peças; o plano tem economicidade no uso de recursos.

## EMPRESA 2

### **CAMPANHA: PJBA 1º lugar no Prêmio da Transparência do CNJ**

**Raciocínio Básico:** Ao analisar a relação do raciocínio básico com a proposta desenvolvida para o PJBA, cujo as atividades tenham conexão com a comunicação publicitária, é importante destacar o importante papel desempenhado pela empresa ao abordar que o Poder Judiciário baiano tem significativa repercussão dentro da sociedade. Ao considerar a importância dessa instituição e sua influência nas questões sociais, políticas e econômicas, a campanha publicitária transmitiu uma mensagem pertinente do PJBA.

**Estratégia de Comunicação:** O critério de adequação ao partido temático foi atendido pela Empresa 2. Houve consistência na argumentação apresentada no que se refere a defesa do partido temático. A argumentação e defesa da campanha é lógica e pertinente, demonstrando capacidade de articular opções e abordagens do problema sugerido.

**Ideia Criativa:** A empresa apresentou criatividade na execução das peças, sendo assertivos com a ideia de propor um outdoor duplo diferenciado onde teve um trabalho nas letras que escrevem PJBA ao sugerirem material transparente. Esses elementos proporcionaram uma presença visual marcante, transmitindo a mensagem de forma eficiente.

**Estratégia de Mídia e Não Mídia:** A empresa elaborou um plano de mídia com uma boa entrega ao usarem com a ideia de patrocínio em um programa da televisão aberta. A agência poderia ter diversificado mais no uso das mídias, dando pluralidade ao plano.



## EMPRESA 3

### CAMPANHA: Primeiro Lugar em Transparência no Brasil

**Raciocínio Básico:** No que se refere à compreensão da temática e da CONTRATANTE, a Empresa 3 demonstrou entendimento sobretudo no que diz respeito aos desafios do judiciário. A agência conseguiu de forma satisfatória abordar o papel da CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico.

**Estratégia de Comunicação:** A estratégia de comunicação da empresa demonstrou uma adequação razoável ao partido temático proposto no briefing. O tema "Primeiro Lugar em Transparência no Brasil" é uma escolha que enfatiza a transparência no exercício das atividades judiciais, porém o uso do martelo como ícone denota a penalização da justiça - trouxe um caráter negativo pelo seu uso corriqueiro.

**Ideia Criativa:** A empresa 3 apresentou propostas de motivos adequados, porém o storyboard para a TV aberta não dialoga com a peça conceito criada. Existe um problema na escolha das imagens pelo uso comum e no tom escurecido usado nas peças.

**Estratégia de Mídia e Não Mídia:** A empresa 3 demonstrou conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público alvo. Apresentou consistência e coerência no que se refere à veiculação das peças e a programação de entrega.

## EMPRESA 4

### CAMPANHA: Quando o essencial é transparente, a confiança só aumenta.

**Raciocínio Básico:** No que diz respeito à visibilidade e compreensão da temática, a empresa apresentou um entendimento e pesquisa satisfatórios. Demonstrou um certo conhecimento em relação à extensão e qualidade das relações do CONTRATANTE com seus públicos.

**Estratégia de Comunicação:** A estratégia de comunicação adotada apresenta uma ideia adequada. A utilização de mídia de outdoors com fundo transparente, mostra uma abordagem inovadora. Essa escolha destaca a intenção de transmitir uma mensagem clara e transparente com o trabalho das tipografias. Porém o uso de baixo contraste e o uso do símbolo do número 1, influenciou no resultado.

**Ideia Criativa:** No quesito adequação ao partido temático, a Empresa demonstrou atender o critério. Houve consistência na argumentação apresentada no que se refere a defesa do partido temático. A argumentação e defesa da campanha é lógica e pertinente, demonstrando capacidade de articular opções de abordagens do problema sugerido.

**Estratégia de Mídia e Não Mídia:** A empresa atende de maneira satisfatória o critério que se refere aos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritário - deveriam se atentar ao uso da mídia relativa ao jornal, pois a entrega de visualizações hoje é menor graças a advento da internet.



## EMPRESA 5

### CAMPANHA: Transparência em primeiro lugar

**Raciocínio Básico:** A empresa atendeu aos apelos do briefing, a saber, ressaltar todos os esforços do PJBA que culminou no resultado/conquista 1º Lugar no Prêmio (Ranking) de Transparência do Conselho Nacional de Justiça 2022.

**Estratégia de Comunicação:** No quesito adequação ao partido temático, a empresa demonstrou atender o critério. Houve consistência na argumentação apresentada no que se refere a defesa do partido temático. A ideia de utilizar a expressão “Você faz parte dessa conquista” envolve o público e, alinhado com a informação de que o PJBA é ganhador do primeiro lugar em transparência, demonstra relativa credibilidade.

**Ideia Criativa:** A mídia apresentada de banner na internet, em carrossel, transparente sobre o sítio da página demonstrou poluição visual. O carrossel apresentado satisfaz, entretanto o azul esverdeado descaracteriza, parcialmente, a marca do PJBA. As peças de outdoors são criativas, a ideia de utilização de material transparente, ao invés de lona, é inovador, porém peca nos critérios de acessibilidade, legibilidade e conflito visual.

**Estratégia de Mídia e Não Mídia:** A empresa atende o critério que se refere aos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários. A mídia digital poderia ter sido mais diversificada, além de outras opções para visualização destes formatos.

## EMPRESA 6

### CAMPANHA: É o que os baianos ganham com uma justiça cada vez mais transparente.

**Raciocínio Básico:** A Empresa 6 demonstrou ter conhecimento sobre o tema e a compreensão da temática. Exploraram de forma relevante as pesquisas sobre o briefing exposto.

**Estratégia de Comunicação:** A argumentação e defesa da campanha é lógica e pertinente e demonstra capacidade de articular opções de abordagens do problema sugerido. A empresa 6 propõe algo com o uso de fontes e imagens. É exacerbado o uso da tipografia e da fotografia que se confundem nas peças apresentadas. Existe consistência na defesa da argumentação do partido temático.

**Ideia Criativa:** Algumas peças apresentaram um trabalho com o uso de foco e desfoque, sendo coerente ao conceito de transparência do material. Existiu harmonia no desenvolvimento das peças e a composição tem a presença do uso de cores da identidade visual do PJBA. Já a utilização do selo poderia ter sido melhor finalizada, porém ficou equilibrado com o uso da marca. Os banners e cards para mídias sociais são igualmente resolvidos e atendem os critérios estipulados no edital.

**Estratégia de Mídia e Não Mídia:** A empresa atende o critério que se refere aos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários, e existe uma relação de consistência do plano simulado e a distribuição das mídias.



## EMPRESA 7

### **CAMPANHA: Nosso maior prêmio é ser transparente para você.**

**Raciocínio Básico:** A Empresa 7 mostrou que entendeu o assunto. Eles demonstraram ter compreendido a questão e fizeram uma pesquisa adequada. Eles cumpriram com o que foi solicitado no briefing, destacando todos os esforços técnicos do PJBA que levaram à conquista do 1º lugar no Prêmio de Transparência do Conselho Nacional de Justiça em 2022.

**Estratégia de Comunicação:** No critério adequação ao partido temático, a empresa 7 buscou usar um fundo com imagens do sítio eletrônico do Portal da Transparência, além do uso do ícone do martelo que foi para o senso comum. A linguagem simples atinge o público atendendo, de forma satisfatória, o proposto no edital. Há consistência na argumentação apresentada no que se refere a defesa do partido temático.

**Ideia Criativa:** O layout apresentado é adequado, porém precisa ter cuidado na legibilidade e na leiturabilidade do material desenvolvido, pois pode afetar a compreensão do público, e a paleta de cores usada poderia ser melhor elaborada.

**Estratégia de Mídia e Não Mídia:** A empresa elaborou um plano de mídia com densidade no mercado digital, porém fez uso de um único anúncio no jornal onde a entrega e o custo não beneficiam a contratante.

## EMPRESA 8

### **CAMPANHA: O 1º Poder Judiciário das Américas é o 1º em transparência do Brasil**

**Raciocínio Básico:** A empresa fez uma pesquisa sobre o histórico da CONTRATANTE, dando foco às origens e fundamentos do judiciário baiano. A Agência não abordou de forma detalhada os aspectos relativos aos desafios.

**Estratégia de Comunicação:** A empresa 8 criou um confronto de ideias ao trazer confusão na peça, pois existem dois blocos que estão se confrontando. Vale ressaltar que a chamada do “1º das Américas” tem mais destaque e fica com um peso maior - além da cor branca que chamou mais atenção.

**Ideia Criativa:** O desmembramento das peças é adequado, porém ainda existe problema visual aos pesos dados nos elementos. Além do uso da cor azul de formas distintas que ao ser replicado graficamente poderá gerar baixo contraste e não atingir o objetivo.

**Estratégia de Mídia e Não Mídia:** A empresa atende o critério de forma satisfatória no que se refere aos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários; também em relação a consistência do plano simulado de distribuição das peças.

## EMPRESA 9

### **CAMPANHA: PJBA. Aqui tudo é feito às claras.**

**Raciocínio Básico:** A empresa fez uma pesquisa em relação ao aspecto histórico e a atualidade, sendo satisfatórios neste parâmetro. Quanto à visibilidade e a compreensão da temática, a empresa demonstrou um coerente entendimento também.



**Estratégia de Comunicação:** A Empresa 9, no critério adequação ao partido temático, não convenceu a comissão julgadora. A solução encontrada pela empresa, não satisfaz e a argumentação e defesa da campanha por mais que tenham um sentido lógico demonstra baixa capacidade, visto as cores escuras utilizadas não favorecerem quando o conceito de transparência é o foco. A estratégia de comunicação gera dualidade, criando dispersão quando o intuito é comunicar com objetividade.

**Ideia Criativa:** A mídia apresentada apesar de adequada não agrada pela escolha de cores escuras para uma campanha cujo foco é transparência e a sua aplicação nas mais diversas peças. Desta forma a campanha “Aqui tudo é feito às claras” foi montada ignorando o conceito de transparência, todas as derivações acabam pecando neste aspecto.

**Estratégia de Mídia e Não Mídia:** A empresa atende o critério que se refere aos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários de forma satisfatória; também em relação a consistência do plano simulado de distribuição das peças.

### Do julgamento referente à capacidade de atendimento, repertório e relato de soluções de problemas de comunicação.

Esta Subcomissão Técnica, após análise e julgamento das informações relativas à capacidade de atendimento, repertório e relato de soluções de problemas de comunicação, atribuiu as seguintes pontuações:

LICITANTE: ENGENHO NOVO		Pontos
Quesitos		
Capacidade de Atendimento (15pts)		14,3
Repertório (10pts)		9,3
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)		9,3

LICITANTE: MORYA		Pontos
Quesitos		
Capacidade de Atendimento (15pts)		12
Repertório (10pts)		9,7
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)		9,3

LICITANTE: ROCHA COMUNICAÇÃO		Pontos
Quesitos		
Capacidade de Atendimento (15pts)		13
Repertório (10pts)		8
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)		8,3

LICITANTE: OBJETIVA		Pontos
Quesitos		
Capacidade de Atendimento (15pts)		14
Repertório (10pts)		9,3
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)		9,7



LICITANTE: BAHIA COMUNICAÇÃO	Pontos
<b>Quesitos</b>	
Capacidade de Atendimento (15pts)	12,3
Repertório (10pts)	8,7
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	8,3

LICITANTE: SLA	Pontos
<b>Quesitos</b>	
Capacidade de Atendimento (15pts)	12
Repertório (10pts)	8,7
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	8,7

LICITANTE: VETOR AGÊNCIA CRIATIVA	Pontos
<b>Quesitos</b>	
Capacidade de Atendimento (15pts)	12
Repertório (10pts)	8
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	7,7

LICITANTE: YAYA - CDLJ	Pontos
<b>Quesitos</b>	
Capacidade de Atendimento (15pts)	12
Repertório (10pts)	8,3
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	8,3

LICITANTE: PROPEG	Pontos
<b>Quesitos</b>	
Capacidade de Atendimento (15pts)	15
Repertório (10pts)	10
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	9,7

As notas atribuídas são assim justificadas:

#### LICITANTE: ENGENHO NOVO

**Capacidade de Atendimento:** uada. Além de possuir estruturas para atender diversas demandas da contEsta empresa demonstrou capacidade para realização do atendimento e a qualificação adeqratante.

**Repertório:** Para o repertório, eles trouxeram uma variação de clientes com a ficha técnica específica - sendo suficiente.

**Relato de Soluções de problemas de comunicação:** A apresentação da empresa sobre os cases foi satisfatória onde conseguiram mostrar soluções eloquentes de comunicação para seus clientes.





#### LICITANTE: MORYA

**Capacidade de Atendimento:** Ao falar em atendimento, a empresa demonstrou capacidade para realização do mesmo. Tendo condições de realizar as tarefas solicitadas pela contratante.

**Repertório:** Sobre o repertório, a empresa demonstrou um conjunto de trabalhos diversos de forma satisfatória.

**Relato de Soluções de problemas de comunicação:** Os problemas de comunicação resolvidos pela Morya, foram significativos e estavam de acordo ao proposto - demonstrando capacidade para resolução dos conflitos comunicacionais.

#### LICITANTE: ROCHA COMUNICAÇÃO

**Capacidade de Atendimento:** A Agência demonstra capacidade para realizar o atendimento da Contratante, pelo currículo e pela quantidade de informações enviadas. Além de possuir estrutura para realizar a concepção das peças solicitadas.

**Repertório:** Sobre o repertório, a empresa demonstrou um conjunto de trabalhos diversos de forma razoável.

**Relato de Soluções de problemas de comunicação:** A empresa possui um entendimento considerado sobre a resolução de problemas, demonstrando habilidades para diagnosticar situações diversas de seus clientes.

#### LICITANTE: OBJETIVA

**Capacidade de Atendimento:** A empresa tem uma capacidade considerável para realizar o atendimento visto a sua gama de clientes, tendo qualificação adequada tanto em atendimento quanto infra-estrutura.

**Repertório:** Ao apresentar seus trabalhos a empresa demonstrou a criação de peças veiculadas de forma competente com o preenchimento das fichas e requisitos nesse item.

**Relato de Soluções de problemas de comunicação:** A agência demonstrou admirável capacidade na resolução de problemas dos seus cases.

#### LICITANTE: BAHIA COMUNICAÇÃO

**Capacidade de Atendimento:** Em relação a capacidade de atendimento, a empresa conseguiu demonstrar que consegue realizar o atendimento. Além de possuir infra-estrutura adequada.

**Repertório:** A empresa Bahia Comunicação apresentou um repertório razoável. Demonstrou relativa criatividade, objetividade e clareza das peças. Boa execução e acabamento das peças publicitárias apresentadas.



**Relato de Soluções de problemas de comunicação:** A empresa da Bahia Comunicação demonstrou capacidade para a resolução de problemas distintos de comunicação. Há concatenação lógica da exposição do problema apresentado pela Prefeitura Municipal de Salvador. A empresa demonstrou consistência nas relações de causa e efeito entre o problema e a solução. A empresa demonstrou resolução satisfatória para o critério colocado pela Contratante.

#### LICITANTE: SLA

**Capacidade de Atendimento:** A empresa SLA oferece serviços de comunicação e marketing a grandes clientes, a exemplo da APAE (Associação de Pais e Amigos Excepcionais), Embasa, Defensoria Pública do Estado da Bahia, Sebrae, Embasa entre outros. A empresa tem experiência profissional e conta com profissionais jovens e com vasta experiência.

**Repertório:** A empresa SLA apresentou repertório satisfatório. Demonstrou criatividade, objetividade e clareza das peças e excelente qualidade da execução e acabamento das peças publicitárias apresentadas, sobretudo o VT da Embasa.

**Relato de Soluções de problemas de comunicação:** A empresa SLA apresentou solução bacana para o problema de comunicação apresentado pelo Sebrae e pela Embasa. Atendeu bem o critério de análise que diz respeito à consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. O resultado apresentado é satisfatório.

#### LICITANTE: VETOR AGÊNCIA CRIATIVA

**Capacidade de Atendimento:** Empresa possui 13 profissionais da comunicação que possuem relativa experiência para realizar o atendimento. Possui boa qualidade dos equipamentos. Tem cartela de clientes interessante, a saber Unimed Sudoeste, Embelleze.

**Repertório:** A empresa Vetor não demonstrou uma boa performance ao de forma satisfatória os critérios estipulados pela contratante. As informações das peças são claras e há uma coerente qualidade da execução e acabamento das peças.

**Relato de Soluções de problemas de comunicação:** Quanto às soluções de problemas apresentadas pela Empresa Vetor, tem que a mesma apresenta concatenação lógica da exposição. Há relativo planejamento de comunicação da Empresa assim como há consistência das relações entre causa e efeito das peças publicitárias.

#### LICITANTE: Yaya-CDLJ

**Capacidade de Atendimento:** A Yaya Comunicação tem mais de 20 anos de atuação no ramo publicitário. Oferece serviços a empresas renomadas do setor público, a exemplo da Braskem, Coren, Sebrae. A empresa possui onze funcionários com experiência que variam de 15 a mais de 40 anos de atuação no ramo publicitário. Possui instalações e equipamentos adequados à realização do trabalho.



**Repertório:** A empresa Yaya apresenta criatividade e pertinência no que se refere ao problema apresentado pela Prefeitura Municipal de Luís Eduardo Magalhães. A peça tem clareza na exposição das informações prestadas e bom acabamento com uma execução correta para o produto publicitário.

**Relato de Soluções de problemas de comunicação:** A empresa Yaya relata de forma satisfatória os problemas de comunicação e apresenta concatenação lógica da exposição do problema e demonstra pesquisa e planejamentos satisfatórios. Existe consistência entre causa e efeito no que se refere ao problema e denota relevância dos resultados apresentados.

#### LICITANTE: PROPEG

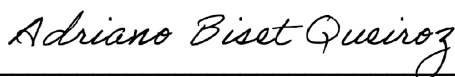
**Capacidade de Atendimento:** A Propeg é uma empresa altamente qualificada com muitas décadas de experiência. A empresa atua não só na Bahia, como também em Salvador, São Paulo, Recife, Brasília, Rio de Janeiro e Goiânia. Equipe capacitada, oferecendo os serviços em comunicação para Empresas e Instituições Públicas de renome na Bahia. A Empresa apresentou informações sobre instalações que são satisfatórias e que oferecem aos profissionais equipamentos adequados.

**Repertório:** A Empresa Propeg apresentou repertório vasto, graças a sua performance no mercado publicitário. As peças criativas, claras, objetivas, com recursos que chamam a atenção do telespectador. Execuções e qualidade das peças publicitárias são boas.

**Relato de Soluções de problemas de comunicação:** A campanha apresentada atendendo ao cliente Caixa Econômica, apresentada pela Empresa Propeg, apresenta satisfatoriamente soluções para os problemas de comunicação. Tem concatenação lógica na exposição da peça publicitária e da mesma forma tem consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução e relevância dos problemas apresentados.

Nada mais havendo a considerar, a Subcomissão Técnica concluiu os trabalhos no dia 28/07/2023, com a elaboração desta ata, que segue assinada por todos os seus integrantes.

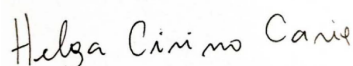
Salvador, 28 de Julho de 2023.



Adriano Biset Queiroz  
(Membro com vínculo)



Alana Carvalho Nascimento  
(Membro com vínculo)



Helga Cirino Caria  
(Membro sem vínculo)



## JULGAMENTO DAS VIAS NÃO IDENTIFICADAS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

**Avaliador:** Subcomissão Técnica

1	NOME DA CAMPANHA: Quando a Justiça é transparente todo mundo vê e confia!	Pontos
	Quesitos / Subquesitos	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	39
	Raciocínio Básico (10pts)	7,3
	Estratégia de Comunicação (20pts)	13
	Ideia Criativa (25pts)	11
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	7,7

2	NOME DA CAMPANHA: PJBA 1º lugar no Prêmio da Transparência do CNJ	Pontos
	Quesitos / Subquesitos	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	52
	Raciocínio Básico (10pts)	7
	Estratégia de Comunicação (20pts)	17,3
	Ideia Criativa (25pts)	19
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	8,7

3	NOME DA CAMPANHA: 1º Lugar em transparência no Brasil	Pontos
	Quesitos / Subquesitos	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	42
	Raciocínio Básico (10pts)	7
	Estratégia de Comunicação (20pts)	14,3
	Ideia Criativa (25pts)	12
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	8,7

4	NOME DA CAMPANHA: Justiça - Quando o essencial é transparente, a confiança só aumenta	Pontos
	Quesitos / Subquesitos	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	44,7
	Raciocínio Básico (10pts)	7
	Estratégia de Comunicação (20pts)	15,7
	Ideia Criativa (25pts)	14,3
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	7,7

5	NOME DA CAMPANHA: Transparência em primeiro lugar	Pontos
	Quesitos / Subquesitos	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	39
	Raciocínio Básico (10pts)	5,3
	Estratégia de Comunicação (20pts)	14,3
	Ideia Criativa (25pts)	12,7
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	6,7

6	NOME DA CAMPANHA: É o que os baianos ganham com uma justiça cada vez mais transparente	Pontos
	Quesitos / Subquesitos	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	49,3
	Raciocínio Básico (10pts)	7,7
	Estratégia de Comunicação (20pts)	13,3
	Ideia Criativa (25pts)	20
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	8,3

*Adriano Biset Queiroz    Flavio Carvalho Nascimento    Helga Cimini Carie*



7	<b>NOME DA CAMPANHA: Nosso maior prêmio é ser transparente pra você</b>	<b>Pontos</b>
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	<b>47,1</b>
	Raciocínio Básico (10pts)	<b>7,7</b>
	Estratégia de Comunicação (20pts)	<b>15,7</b>
	Ideia Criativa (25pts)	<b>17</b>
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	<b>6,7</b>

8	<b>NOME DA CAMPANHA: O 1º Poder Judiciário das Américas é o 1º em transparência do Brasil</b>	<b>Pontos</b>
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	<b>46,7</b>
	Raciocínio Básico (10pts)	<b>6,3</b>
	Estratégia de Comunicação (20pts)	<b>15,7</b>
	Ideia Criativa (25pts)	<b>18</b>
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	<b>6,7</b>

9	<b>NOME DA CAMPANHA: PJBA. Aqui tudo é feito às claras</b>	<b>Pontos</b>
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	<b>45,3</b>
	Raciocínio Básico (10pts)	<b>8</b>
	Estratégia de Comunicação (20pts)	<b>17</b>
	Ideia Criativa (25pts)	<b>13</b>
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	<b>7,3</b>

### JULGAMENTO REFERENTE À CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

<b>LICITANTE: ENGENHO NOVO</b>	<b>Pontos</b>	
<b>Quesitos</b>		
Capacidade de Atendimento (15pts)		<b>14,3</b>
Repertório (10pts)		<b>9,3</b>
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)		<b>9,3</b>

<b>LICITANTE: MORYA</b>	<b>Pontos</b>	
<b>Quesitos</b>		
Capacidade de Atendimento (15pts)		<b>12</b>
Repertório (10pts)		<b>9,7</b>
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	<b>9,3</b>	

<b>LICITANTE: ROCHA COMUNICAÇÃO</b>	<b>Pontos</b>	
<b>Quesitos</b>		
Capacidade de Atendimento (15pts)		<b>13</b>
Repertório (10pts)		<b>8</b>
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	<b>8,3</b>	

*Adriano Biset Queiroz* *Aracilho Nascimento* *Helga Cirino Carie*



LICITANTE: OBJETIVA	Pontos
<b>Quesitos</b>	
Capacidade de Atendimento (15pts)	14
Repertório (10pts)	9,3
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	9,7

LICITANTE: BAHIA COMUNICAÇÃO	Pontos
<b>Quesitos</b>	
Capacidade de Atendimento (15pts)	12,3
Repertório (10pts)	8,7
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	8,3

LICITANTE: SLA	Pontos
<b>Quesitos</b>	
Capacidade de Atendimento (15pts)	12
Repertório (10pts)	8,7
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	8,7

LICITANTE: VETOR AGÊNCIA CRIATIVA	Pontos
<b>Quesitos</b>	
Capacidade de Atendimento (15pts)	12
Repertório (10pts)	8
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	7,7

LICITANTE: YAYA - CDJ	Pontos
<b>Quesitos</b>	
Capacidade de Atendimento (15pts)	12
Repertório (10pts)	8,3
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	8,3

LICITANTE: PROPEG	Pontos
<b>Quesitos</b>	
Capacidade de Atendimento (15pts)	15
Repertório (10pts)	10
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	9,7

Adriano Biset Queiroz <sup>Ass</sup> Haroldo Nascimento Helga Cirino Carne



## JULGAMENTO DAS VIAS NÃO IDENTIFICADAS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

AVALIADOR: Adriano Biset Queiroz (membro com vínculo)	1	<b>NOME DA CAMPANHA: Quando a Justiça é transparente todo mundo vê e confia!</b>	
		<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>
		Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	43
		Raciocínio Básico (10pts)	7
		Estratégia de Comunicação (20pts)	15
		Ideia Criativa (25pts)	13
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	7	
	2	<b>NOME DA CAMPANHA: PJBA 1º lugar no Prêmio da Transparência do CNJ</b>	
		<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>
		Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	58
Raciocínio Básico (10pts)		9	
Estratégia de Comunicação (20pts)		18	
Ideia Criativa (25pts)		23	
Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	8		
3	<b>NOME DA CAMPANHA: 1º Lugar em transparência no Brasil</b>		
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	45	
	Raciocínio Básico (10pts)	7	
	Estratégia de Comunicação (20pts)	17	
	Ideia Criativa (25pts)	12	
Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	9		
4	<b>NOME DA CAMPANHA: Justiça - Quando o essencial é transparente, a confiança só aumenta</b>		
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	48	
	Raciocínio Básico (10pts)	8	
	Estratégia de Comunicação (20pts)	16	
	Ideia Criativa (25pts)	18	
Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	6		
5	<b>NOME DA CAMPANHA: Transparência em primeiro lugar</b>		
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	39	
	Raciocínio Básico (10pts)	6	
	Estratégia de Comunicação (20pts)	15	
	Ideia Criativa (25pts)	12	
Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	6		
6	<b>NOME DA CAMPANHA: É o que os baianos ganham com uma justiça cada vez mais transparente</b>		
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	47	
	Raciocínio Básico (10pts)	7	
	Estratégia de Comunicação (20pts)	12	
	Ideia Criativa (25pts)	20	
Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	8		
7	<b>NOME DA CAMPANHA: Nosso maior prêmio é ser transparente pra você</b>		
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	48	
	Raciocínio Básico (10pts)	7	
	Estratégia de Comunicação (20pts)	16	
	Ideia Criativa (25pts)	20	
Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	5		
8	<b>NOME DA CAMPANHA: O 1º Poder Judiciário das Américas é o 1º em transparência do Brasil</b>		
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	50	
	Raciocínio Básico (10pts)	7	
	Estratégia de Comunicação (20pts)	18	
	Ideia Criativa (25pts)	20	
Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	5		
9	<b>NOME DA CAMPANHA: PJBA. Aqui tudo é feito às claras</b>		
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>	
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	43	
	Raciocínio Básico (10pts)	7	
	Estratégia de Comunicação (20pts)	16	
	Ideia Criativa (25pts)	14	
Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	6		

*Adriano Biset Queiroz*



## JULGAMENTO REFERENTE À CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

AVALIADOR: Adriano Biset Queiroz (membro com vínculo)	<b>LICITANTE: ENGENHO NOVO</b>	
	<b>Quesitos</b>	ADRIANO
	Capacidade de Atendimento (15pts)	14
	Repertório (10pts)	10
	Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	10
	<b>LICITANTE: MORYA</b>	
	<b>Quesitos</b>	ADRIANO
	Capacidade de Atendimento (15pts)	13
	Repertório (10pts)	10
	Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	10
	<b>LICITANTE: ROCHA COMUNICAÇÃO</b>	
	<b>Quesitos</b>	ADRIANO
	Capacidade de Atendimento (15pts)	14
	Repertório (10pts)	9
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	10	
<b>LICITANTE: OBJETIVA</b>		
<b>Quesitos</b>	ADRIANO	
Capacidade de Atendimento (15pts)	14	
Repertório (10pts)	9	
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	10	
<b>LICITANTE: BAHIA COMUNICAÇÃO</b>		
<b>Quesitos</b>	ADRIANO	
Capacidade de Atendimento (15pts)	14	
Repertório (10pts)	9	
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	9	
<b>LICITANTE: SLA</b>		
<b>Quesitos</b>	ADRIANO	
Capacidade de Atendimento (15pts)	14	
Repertório (10pts)	8	
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	9	
<b>LICITANTE: VETOR AGÊNCIA CRIATIVA</b>		
<b>Quesitos</b>	ADRIANO	
Capacidade de Atendimento (15pts)	10	
Repertório (10pts)	9	
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	8	
<b>LICITANTE: YAYA - CDJ</b>		
<b>Quesitos</b>	ADRIANO	
Capacidade de Atendimento (15pts)	13	
Repertório (10pts)	9	
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	8	
<b>LICITANTE: PROPEG</b>		
<b>Quesitos</b>	ADRIANO	
Capacidade de Atendimento (15pts)	15	
Repertório (10pts)	10	
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	10	

*Adriano Biset Queiroz*





## JULGAMENTO DAS VIAS NÃO IDENTIFICADAS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

<b>1</b>	<b>NOME DA CAMPANHA: Quando a Justiça é transparente todo mundo vê e confia!</b>	
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	<b>41</b>
	Raciocínio Básico (10pts)	6
	Estratégia de Comunicação (20pts)	15
	Ideia Criativa (25pts)	12
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	8
<b>2</b>	<b>NOME DA CAMPANHA: PJBA 1º lugar no Prêmio da Transparência do CNJ</b>	
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	<b>61</b>
	Raciocínio Básico (10pts)	9
	Estratégia de Comunicação (20pts)	19
	Ideia Criativa (25pts)	24
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	9
<b>3</b>	<b>NOME DA CAMPANHA: 1º Lugar em transparência no Brasil</b>	
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	<b>46</b>
	Raciocínio Básico (10pts)	7
	Estratégia de Comunicação (20pts)	16
	Ideia Criativa (25pts)	14
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	9
<b>4</b>	<b>NOME DA CAMPANHA: Justiça - Quando o essencial é transparente, a confiança só aumenta</b>	
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	<b>50</b>
	Raciocínio Básico (10pts)	8
	Estratégia de Comunicação (20pts)	16
	Ideia Criativa (25pts)	17
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	9
<b>5</b>	<b>NOME DA CAMPANHA: Transparência em primeiro lugar</b>	
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	<b>37</b>
	Raciocínio Básico (10pts)	5
	Estratégia de Comunicação (20pts)	15
	Ideia Criativa (25pts)	11
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	6
<b>6</b>	<b>NOME DA CAMPANHA: É o que os baianos ganham com uma justiça cada vez mais transparente</b>	
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	<b>47</b>
	Raciocínio Básico (10pts)	8
	Estratégia de Comunicação (20pts)	10
	Ideia Criativa (25pts)	20
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	9
<b>7</b>	<b>NOME DA CAMPANHA: Nosso maior prêmio é ser transparente pra você</b>	
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	<b>49</b>
	Raciocínio Básico (10pts)	8
	Estratégia de Comunicação (20pts)	18
	Ideia Criativa (25pts)	16
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	7
<b>8</b>	<b>NOME DA CAMPANHA: O 1º Poder Judiciário das Américas é o 1º em transparência do Brasil</b>	
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	<b>54</b>
	Raciocínio Básico (10pts)	8
	Estratégia de Comunicação (20pts)	18
	Ideia Criativa (25pts)	21
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	7
<b>9</b>	<b>NOME DA CAMPANHA: PJBA. Aqui tudo é feito às claras</b>	
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	<b>46</b>
	Raciocínio Básico (10pts)	8
	Estratégia de Comunicação (20pts)	18
	Ideia Criativa (25pts)	12
	Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	8

AVALIADOR: Alana Carvalho Nascimento (membro com vínculo)



*Alana Carvalho Nascimento*



TJDMM202268910V10

## JULGAMENTO REFERENTE À CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

AVALIADOR: Alana Carvalho Nascimento (membro com vínculo)	<b>LICITANTE: ENGENHO NOVO</b>	ALANA
	<b>Quesitos</b>	
	Capacidade de Atendimento (15pts)	15
	Repertório (10pts)	10
	Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	10
	<b>LICITANTE: MORYA</b>	ALANA
	<b>Quesitos</b>	
	Capacidade de Atendimento (15pts)	13
	Repertório (10pts)	10
	Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	10
	<b>LICITANTE: ROCHA COMUNICAÇÃO</b>	ALANA
	<b>Quesitos</b>	
	Capacidade de Atendimento (15pts)	15
Repertório (10pts)	10	
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	10	
<b>LICITANTE: OBJETIVA</b>	ALANA	
<b>Quesitos</b>		
Capacidade de Atendimento (15pts)	14	
Repertório (10pts)	9	
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	9	
<b>LICITANTE: BAHIA COMUNICAÇÃO</b>	ALANA	
<b>Quesitos</b>		
Capacidade de Atendimento (15pts)	13	
Repertório (10pts)	9	
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	8	
<b>LICITANTE: SLA</b>	ALANA	
<b>Quesitos</b>		
Capacidade de Atendimento (15pts)	14	
Repertório (10pts)	8	
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	9	
<b>LICITANTE: VETOR AGÊNCIA CRIATIVA</b>	ALANA	
<b>Quesitos</b>		
Capacidade de Atendimento (15pts)	15	
Repertório (10pts)	8	
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	8	
<b>LICITANTE: YAYA - CDJ</b>	ALANA	
<b>Quesitos</b>		
Capacidade de Atendimento (15pts)	13	
Repertório (10pts)	7	
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	8	
<b>LICITANTE: PROPEG</b>	ALANA	
<b>Quesitos</b>		
Capacidade de Atendimento (15pts)	15	
Repertório (10pts)	10	
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	10	

*Alana Carvalho Nascimento*



## JULGAMENTO DAS VIAS NÃO IDENTIFICADAS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

AVALIADOR: Helga Cirino Caria (membro sem vínculo)	1	<b>NOME DA CAMPANHA: Quando a Justiça é transparente todo mundo vê e confia!</b>		
		<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>	
		Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	34	
		Raciocínio Básico (10pts)	9	
		Estratégia de Comunicação (20pts)	9	
		Ideia Criativa (25pts)	8	
			Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	8
	2	<b>NOME DA CAMPANHA: PJBA 1º lugar no Prêmio da Transparência do CNJ</b>		
		<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>	
		Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	37	
Raciocínio Básico (10pts)		3		
Estratégia de Comunicação (20pts)		15		
Ideia Criativa (25pts)		10		
		Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	9	
3	<b>NOME DA CAMPANHA: 1º Lugar em transparência no Brasil</b>			
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>		
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	35		
	Raciocínio Básico (10pts)	7		
	Estratégia de Comunicação (20pts)	10		
	Ideia Criativa (25pts)	10		
		Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	8	
4	<b>NOME DA CAMPANHA: Justiça - Quando o essencial é transparente, a confiança só aumenta</b>			
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>		
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	36		
	Raciocínio Básico (10pts)	5		
	Estratégia de Comunicação (20pts)	15		
	Ideia Criativa (25pts)	8		
		Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	8	
5	<b>NOME DA CAMPANHA: Transparência em primeiro lugar</b>			
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>		
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	41		
	Raciocínio Básico (10pts)	5		
	Estratégia de Comunicação (20pts)	13		
	Ideia Criativa (25pts)	15		
		Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	8	
6	<b>NOME DA CAMPANHA: É o que os baianos ganham com uma justiça cada vez mais transparente</b>			
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>		
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	54		
	Raciocínio Básico (10pts)	8		
	Estratégia de Comunicação (20pts)	18		
	Ideia Criativa (25pts)	20		
		Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	8	
7	<b>NOME DA CAMPANHA: Nosso maior prêmio é ser transparente pra você</b>			
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>		
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	44		
	Raciocínio Básico (10pts)	8		
	Estratégia de Comunicação (20pts)	13		
	Ideia Criativa (25pts)	15		
		Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	8	
8	<b>NOME DA CAMPANHA: O 1º Poder Judiciário das Américas é o 1º em transparência do Brasil</b>			
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>		
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	36		
	Raciocínio Básico (10pts)	4		
	Estratégia de Comunicação (20pts)	11		
	Ideia Criativa (25pts)	13		
		Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	8	
9	<b>NOME DA CAMPANHA: PJBA. Aqui tudo é feito às claras</b>			
	<b>Quesitos / Subquesitos</b>	<b>PONTOS</b>		
	Plano de Comunicação Publicitária (65pts)	46		
	Raciocínio Básico (10pts)	8		
	Estratégia de Comunicação (20pts)	17		
	Ideia Criativa (25pts)	13		
		Estratégia de Mídia e Não Mídia (10pts)	8	



*Helga Cirino Caria*



## JULGAMENTO REFERENTE À CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

<b>AVALIADOR: Helga Cirino Caria (membro sem vínculo)</b>	<b>LICITANTE: ENGENHO NOVO</b>	HELGA
	<b>Quesitos</b>	
	Capacidade de Atendimento (15pts)	<b>14</b>
	Repertório (10pts)	<b>8</b>
	Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	<b>8</b>
	<b>LICITANTE: MORYA</b>	HELGA
	<b>Quesitos</b>	
	Capacidade de Atendimento (15pts)	<b>10</b>
	Repertório (10pts)	<b>9</b>
	Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	<b>8</b>
	<b>LICITANTE: ROCHA COMUNICAÇÃO</b>	HELGA
	<b>Quesitos</b>	
	Capacidade de Atendimento (15pts)	<b>10</b>
	Repertório (10pts)	<b>5</b>
	Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	<b>5</b>
	<b>LICITANTE: OBJETIVA</b>	HELGA
	<b>Quesitos</b>	
	Capacidade de Atendimento (15pts)	<b>14</b>
	Repertório (10pts)	<b>10</b>
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	<b>10</b>	
<b>LICITANTE: BAHIA COMUNICAÇÃO</b>	HELGA	
<b>Quesitos</b>		
Capacidade de Atendimento (15pts)	<b>10</b>	
Repertório (10pts)	<b>8</b>	
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	<b>8</b>	
<b>LICITANTE: SLA</b>	HELGA	
<b>Quesitos</b>		
Capacidade de Atendimento (15pts)	<b>8</b>	
Repertório (10pts)	<b>10</b>	
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	<b>8</b>	
<b>LICITANTE: VETOR AGÊNCIA CRIATIVA</b>	HELGA	
<b>Quesitos</b>		
Capacidade de Atendimento (15pts)	<b>11</b>	
Repertório (10pts)	<b>7</b>	
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	<b>7</b>	
<b>LICITANTE: YAYA - CDJ</b>	HELGA	
<b>Quesitos</b>		
Capacidade de Atendimento (15pts)	<b>10</b>	
Repertório (10pts)	<b>9</b>	
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	<b>9</b>	
<b>LICITANTE: PROPEG</b>	HELGA	
<b>Quesitos</b>		
Capacidade de Atendimento (15pts)	<b>15</b>	
Repertório (10pts)	<b>10</b>	
Relato de Soluções de problemas de comunicação (10pts)	<b>9</b>	

*Helga Cirino Caria*

