

Ata de julgamento dos Invólucros nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária - Via Não identificada.

A Subcomissão Técnica, designada por meio da Portaria SAD/MTur nº 03, de 9 de janeiro de 2025, em atenção ao Edital de Concorrência nº 90004/2024, reuniu-se entre os dias 17/02/2025 a 21/03/2025, observando-se período de feriado do Carnaval, na sala nº 240 do Edifício Sede do Ministério do Turismo, Bloco U, em Brasília-DF, para conferência, análise, julgamento e pontuação das propostas técnicas dos invólucros nº 1 – Via Não Identificada, referentes ao Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas 24 (vinte e quatro) licitantes proponentes da concorrência nº 90004/2024. Os invólucros contendo as propostas foram recebidos por esta comissão e numerados, sequencialmente, de 1 a 24. Quando da abertura e análise das propostas esta Subcomissão Técnica, visando à interpretação e aplicação das regras estabelecidas no edital, seus anexos e apêndices, buscou atingir as finalidades do certame de modo a assegurar a contratação da proposta mais vantajosa e a igualdade de oportunidades de participação dos interessados. Cada membro da Subcomissão Técnica analisou e julgou as propostas de forma individual, sendo consolidadas nas planilhas próprias e assinadas pelos membros, contendo pontuação, observações e justificativas, remetendo-as à Comissão Especial de Licitação juntamente com as propostas técnicas das licitantes, cujos envelopes foram lacrados com vistas a preservar o conteúdo.

Em obediência ao disposto no item 12.3.4 do Edital 90004/2024 (2389555) SEI 72031.007690/2023-76 / pg. 20 que estabelece que:

12.3.4 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

12.3.4.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

Esta subcomissão técnica, após reanálise da proposta não-identificada de número 18, e não tendo sido encontrada a média das notas individuais dentro do estabelecido (20%), entre as notas dos membros Fabio Augusto Oliveira Pinheiro e Fabíola Rodrigues Lima, com as notas da membro sem vínculo (conforme estabelece a Lei n.º 12.232/2010 em seu § 1º - As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por

subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação), registra texto na íntegra, da membro externo Poliana Batista de Oliveira, para justificativa:

Como a subcomissão técnica analisa de forma individual cada proposta e delibera em conjunto, seus membros atuam de modo colegiado, devendo responder solidariamente pelas decisões tomadas. A justificativa escrita exigida pela lei para fundamentar a decisão da subcomissão em cada caso, isto é, em cada proposta analisada individualmente, pode ser, e o foi consubstanciada em um documento unificador.

Após a reavaliação das notas, foram feitos os ajustes necessários para corrigir eventuais desvios acima dos 20% entre a menor e maior notas, restando apenas três, especificamente sobre a proposta identificada como “Pasta 18”, na qual a integrante Poliana Batista de Oliveira atribuiu pontuações mais elevadas do que as dos outros dois integrantes da subcomissão.

Assim, de acordo com o § 1º do inciso XIV do Art. 6 da Lei 12.232/2010, seguem as justificativas individualizadas para as notas dadas pela integrante Poliana Batista de Oliveira, de acordo com cada subquesito:

Antes de apresentar as justificativas, é preciso registrar que o edital apresenta critérios de avaliação para cada subquesito, que ajudam a trazer uma certa objetividade ao julgamento, essencialmente subjetivo, de um plano de comunicação publicitária. Todas as minhas análises, feitas de forma individualizada, seguiram rigorosamente esse “roteiro de dimensões de avaliação”.

Raciocínio básico: o edital apresenta 3 critérios de avaliação para esse subquesito. O primeiro é a análise de contexto e cenário de atuação do MTur, na qual a licitante faz uma boa análise, trazendo de forma sucinta e objetiva as principais características e especificidades do órgão. O segundo diz respeito ao diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária, que se mostra bem assertivo, completo e pertinente à temática do exercício e às respostas necessárias ao desafio e aos objetivos de comunicação. O terceiro critério é identificar se a licitante conseguiu demonstrar sua compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing, o que é facilmente percebido no texto, até pelas respostas trazidas na dimensão anterior. A nota dada, assim, é mais do que justificada. Até em comparação com notas semelhantes dadas, por esta membra da comissão, em raciocínios do mesmo nível em outras propostas.

Estratégia de comunicação: o edital traz 6 critérios de avaliação para esse subquesito. A licitante apresenta uma premissa inicial de criação de vínculo pessoal e coletivo com o local visitado, que se mostra bastante pertinente com a necessidade de comunicação trazida no briefing e ajuda a construir as bases

para o conceito e a partida temática. O conceito, assim, se mostra perfeitamente adequado à natureza do Ministério do Turismo e responde de maneira categórica ao desafio e aos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing. Ele traz o elemento central do exercício "Turismo Responsável", sem gírias ou rodeios, deixando claro o tema que está sendo tratado na campanha e o complementa de forma inteligente, fazendo o turista se sentir dono do local visitado. O pertencimento está posto. Cuidar e preservar aquilo que é meu/nosso é uma tarefa bem mais prazerosa, tornando o engajamento aos conceitos do turismo responsável mais fácil. O partido temático apresentado de forma sucinta e objetiva segue a mesma premissa, atuando satisfatoriamente como expressão do conceito. Os desdobramentos apresentados nas peças trabalham bem a noção a noção de território e reforçam ainda mais essa questão de pertencimento. Só aí, a licitante consegue atender, de forma bastante assertiva e pertinente, a 4 critérios de avaliação: adequação do partido temático e do conceito; defesa do partido temático e do conceito; interpretações positivas do conceito; e articular os conhecimentos sobre o Ministério do Turismo. Depois, a licitante consegue defender com consistência os pontos centrais da estratégia, passando por todos os seus aspectos mais relevantes, com um único ponto de atenção ao período escolhido para a campanha, que foca no período de planejamento de/para viagem do meio do ano, não contemplando a alta temporada no final do ano. A nota dada, assim, é mais do que justificada. Até em comparação com notas semelhantes atribuídas, por esta membra da comissão, em estratégias do mesmo nível em outras propostas.

***Ideia criativa:** o edital traz 7 critérios de avaliação para esse subquesito. O conjunto de peças é bem alinhado à estratégia, com solução criativa pertinente à natureza do Ministério do Turismo, e adequada às necessidades de comunicação apresentadas no briefing e aos meios propostos. Os desdobramentos apresentados conseguem reforçar ainda mais a questão do pertencimento e funcionam muito bem com o conceito, demonstrando sua adequação aos diferentes segmentos de público-alvo. A trilha das peças audiovisuais acompanha bem a locução, que apresenta textos bem escritos, conseguindo transmitir a mensagem principal da campanha de forma clara e precisa. A escolha das imagens deixa a linha visual agradável e aderente aos principais aspectos de avaliação. Em resumo, é uma boa campanha, que traz no enxoval, peças planejadas para todos os públicos, com formatos e meios diferentes, inovadores e de impacto, que atendem perfeitamente aos critérios de julgamento. A nota dada, assim, é mais do que justificada. Até em comparação com notas semelhantes atribuídas, por esta membra da comissão, em ideias criativas do mesmo nível em outras propostas.*

Dessa forma, justificadas as notas divergentes, são entregues, portanto, à Comissão Especial de Contratação esta ata e as planilhas de julgamento das licitantes de 1 a 24,

devidamente assinadas eletronicamente pelos 3 (três) membros da subcomissão técnica.

Documento assinado digitalmente
gov.br
FABIO AUGUSTO OLIVEIRA PINHEIRO
Data: 26/03/2025 15:30:34-0300
Verifique em <https://validar.itd.gov.br>

Integrante 1
Fabio Augusto de Oliveira Pinheiro

Documento assinado digitalmente
gov.br
FABIOLA RODRIGUES LIMA
Data: 26/03/2025 15:35:10-0300
Verifique em <https://validar.itd.gov.br>

Integrante 2
Fabíola Rodrigues Lima

Documento assinado digitalmente
gov.br
POLIANA BATISTA DE OLIVEIRA
Data: 26/03/2025 17:24:17-0300
Verifique em <https://validar.itd.gov.br>

Integrante 3
Poliana Batista de Oliveira

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 01	CONCEITO: TURISMO RESPONSÁVEL. O MELHOR DESTINO PARA TODOS.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		1	2	3	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	2,50	3,00	3,00	2,83	Análise razoável do cenário e contexto de atuação do anunciante, com abordagens superficiais de temas relevantes. Apresentação sobre os aspectos das necessidades de comunicação pertinente. Diagnóstico superficial com releitura do briefing do edital.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	12,50	12,00	14,00	12,83	Apresentação superficial do partido temático, bom conceito porém com poucas possibilidades de interpretações positivas para os demais públicos-alvo. Defesa razoável dos pontos centrais da estratégia escolhida.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	12,00	12,50	15,00	13,17	Originalidade razoável das peças, com boa exequibilidade com base na verba do exercício e boa aplicação nos meios escolhidos na estratégia.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	5,00	5,00	5,50	5,17	Consistência técnica razoável na proposição e defesa da estratégia, com repetição do que está no briefing. Análise de hábitos de consumo apresentada de forma geral, sem focar no target da campanha.
TOTAIS	65,00	32,00	32,50	37,50	34,00	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO						RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO

Documento assinado digitalmente
FABIO AUGUSTO OLIVEIRA PINHEIRO
Data: 24/03/2025 15:33:53-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Documento assinado digitalmente
FABIO LA RODRIGUES LIMA
Data: 24/03/2025 15:59:16-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Documento assinado digitalmente
POLIANA BATISTA DE OLIVEIRA
Data: 24/03/2025 18:09:20-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 02	CONCEITO: MAIS DO QUE VIAJAR, VIVA O BRASIL.				PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025	
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO			JUSTIFICATIVAS	
		1	2	3		
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	1,50	1,50	1,50	1,50	Boa análise de cenário e contexto de atuação do anunciente, mencionando de maneira superficial diversos temas relevantes. Não apresenta diagnóstico relativo às necessidades de comunicação e pouca assertividade na análise da compreensão do desafio proposto.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	12,50	12,50	12,00	12,33	Apresentação de proposta e defesa dos pontos centrais da estratégia inconsistente. Período definido para a campanha não está claro, o que não permite uma análise sobre exequibilidade. Bom partido temático.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	12,00	12,00	12,00	12,00	Peças bem elaboradas para o público-alvo principal. Listagem adequada aos meios escolhidos, porém em quantidade razoável. Baixa clareza e precisão das mensagens para os demais públicos.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	5,50	6,00	7,00	6,17	Menciona utilização dos recursos próprios do anunciente de forma razoável. Boa estratégia e análise de hábitos de consumo.
TOTAIS	65,00	31,50	32,00	32,50	32,00	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO		RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO				

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 03	CONCEITO: TURISTA DE RESPONSA. SUAS ATITUDES TRANSFORMAM O BRASIL.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		1	2	3	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	2,50	2,50	3,00	2,67	Análise do contexto de atuação do anunciente e diagnóstico das necessidades de comunicação razoáveis.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	12,50	13,50	15,00	13,67	Boa defesa de planejamento temático e adequado ao desafio. Conceito de adequação razoável ao desafio e estratégia com soluções superficiais, com poucas peças para um período escolhido de oito meses de divulgação.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	12,50	12,50	15,00	13,33	Alinhamento da campanha com a estratégia razoável e baixa pertinência da solução criativa com os objetivos do briefing. Apresentou lista de peças em bloco único, não atendendo ao disposto no subitem 1.3.3.2 do Projeto Básico.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	5,50	5,00	5,50	5,33	Baixa consistência técnica ao defender a proposta da estratégia. Não relaciona nas peças a escolha por marketing de influência e não apresenta defesa coerente a respeito.
TOTAIS	65,00	33,00	33,50	38,50	35,00	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO					RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO	



Documento assinado digitalmente
FABIO AUGUSTO OLIVEIRA PINHEIRO
Data: 24/03/2025 15:33:53-0300
Verifique em <https://validar.itu.gov.br>



Documento assinado digitalmente
FABIOLA RODRIGUES LIMA
Data: 24/03/2025 15:59:16-0300
Verifique em <https://validar.itu.gov.br>



Documento assinado digitalmente
POLIANA BATISTA DE OLIVEIRA
Data: 26/03/2025 14:36:01-0300
Verifique em <https://validar.itu.gov.br>

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 04	CONCEITO: VIVA O BRASIL POR INTEIRO.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025.
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		1	2	3	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	2,00	1,50	1,50	1,67	A licitante apresentou poucas características e informações a respeito do anunciante, seu contexto de atuação e o papel que exerce na promoção do turismo doméstico. Focou sua análise na temática de turismo responsável, porém com baixa assertividade na compreensão do desafio de comunicação proposto no briefing.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	11,50	12,50	11,00	11,67	Defesa superficial do partido temático, com baixa consistência na argumentação e poucas possibilidades de interpretações positivas do conceito proposto. Apresentou baixa capacidade de articular os conhecimentos sobre o anunciante e baixa pertinência com o desafio e objetivos propostos.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	10,50	11,00	10,50	10,67	Apresenta solução criativa com pouca originalidade e baixa adequação das peças propostas com os públicos-alvo e com o desafio de comunicação.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	4,50	4,50	6,00	5,00	Boa análise de hábitos de consumo e defesa dos meios propostos. Baixa consistência na defesa do período de mídia escolhido. Pouca adequação com o uso de recursos próprios de comunicação do anunciante e pouco grau de eficiência e economicidade apresentados.
TOTAIS	65,00	28,50	29,50	29,00	29,00	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO						RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO

Documento assinado digitalmente

FABIO AUGUSTO OLIVEIRA PINHEIRO
Data: 24/03/2025 15:33:53-0300
Verifique em <https://validar.uti.gov.br>

Documento assinado digitalmente

FABIOLA RODRIGUES LIMA
Data: 24/03/2025 15:59:16-0300
Verifique em <https://validar.uti.gov.br>

Documento assinado digitalmente

POLIANA BATISTA DE OLIVEIRA
Data: 26/03/2025 14:36:50-0300
Verifique em <https://validar.uti.gov.br>



CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 05	CONCEITO: VIVA O TURISMO RESPONSÁVEL. CUIDE DO QUE É NOSSO.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		1	2	3	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	4,00	4,50	4,50	4,33	Apresenta análise correta e com boa acuidade das características e sobre a atuação do anunciante, trazendo dados relevantes sobre as principais temáticas apresentadas no briefing. Demonstra bom nível de assertividade na compreensão dos desafios de comunicação.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	17,50	16,50	17,00	17,00	Boa adequação do partido temático e do conceito, com argumentação de defesa superficial. Apresentou boa capacidade de articular os conhecimentos sobre o anunciante e os objetivos do briefing, porém com baixa consistência na apresentação dos desdobramentos para os públicos e suas interpretações positivas.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	16,50	15,50	17,00	16,33	Bom alinhamento da campanha com a estratégia apresentada. Originalidade razoável da solução criativa e clareza na adequação das mensagens, demonstrando compatibilidade das peças com os meios a que se destinam.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	7,50	6,50	7,50	7,17	Apresenta boa adequação da estratégia com fundamentação dos hábitos de consumo e consistência na defesa dos critérios para a tática escolhida. Grau de eficiência e economicidade razoáveis.
TOTAIS	65,00	45,50	43,00	46,00	44,83	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			

Documento assinado digitalmente

FABIO AUGUSTO OLIVEIRA PINHEIRO
Data: 24/03/2025 15:33:53 0300
Verifique em <https://validar.itd.gov.br>

Documento assinado digitalmente

FABIOLA RODRIGUES LIMA
Data: 24/03/2025 15:59:16-0300
Verifique em <https://validar.itd.gov.br>

Documento assinado digitalmente

POLIANA BATISTA DE OLIVEIRA
Data: 26/03/2025 14:37:52-0300
Verifique em <https://validar.itd.gov.br>

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 06	CONCEITO: TURISTA: SEJA MAIS UMA RIQUEZA DO BRASIL.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		1	2	3	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	2,50	2,50	2,00	2,33	Apresenta baixa acuidade na análise de contexto e atuação do anunciante, tendo focado seu texto no tema de turismo responsável. Análise superficial das necessidades de comunicação levantadas pelo briefing e assertividade razoável no entendimento dos objetivos.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	9,00	10,50	9,50	9,67	Baixa consistência na argumentação em defesa do partido temático apresentado. Boa consistência técnica em relação aos pontos centrais da estratégia, porém com baixa capacidade de articular os conhecimentos sobre o anunciante e seus objetivos de comunicação.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	9,50	8,50	9,00	9,00	Demonstra baixo alinhamento da campanha proposta com a estratégia apresentada, inclusive com a música escolhida. Originalidade razoável da solução criativa e baixa clareza e compatibilidade das peças com os meios.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	3,00	3,50	5,00	3,83	Apresenta boa análise dos hábitos de consumo. Baixo grau de eficiência e economicidade na utilização da verba referencial, apresenta o uso de recursos próprios do anunciante de forma superficial.
TOTAIS	65,00	24,00	25,00	25,50	24,83	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			

Documento assinado digitalmente



FABIO AUGUSTO OLIVEIRA PINHEIRO
Data: 24/03/2025 15:36:31-0300
Verifique em <https://validar.itd.gov.br>

Documento assinado digitalmente



FABIOLA RODRIGUES LIMA
Data: 24/03/2025 16:04:05-0300
Verifique em <https://validar.itd.gov.br>

Documento assinado digitalmente



POLIANA BATISTA DE OLIVEIRA
Data: 26/03/2025 15:05:16-0300
Verifique em <https://validar.itd.gov.br>

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 07	CONCEITO: CUIDAR HOJE PARA VOLTAR SEMPRE.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		1	2	3	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	2,00	1,50	1,00	1,50	Menciona de maneira superficial o contexto e a atuação do anunciant e se observa repetição de informações do briefing não tendo sido apresentado de forma satisfatória a compreensão dos objetivos de comunicação. Apresenta linhas em descacordo com as exigências do edital em alinhamento e espaçamento.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	12,00	11,50	10,50	11,33	Também apresenta linhas em descacordo com as exigências do edital em alinhamento e espaçamento. Defesa superficial do partido temático e baixa consistência técnica dos pontos centrais da estratégia.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	12,00	12,50	12,50	12,33	A lista de peças encontra-se em desacordo com as exigências do edital em alinhamento e espaçamento. Pouca originalidade na solução criativa, porém bem apresentada nas peças, apresentando-se melhor que a estratégia sugerida. Baixa pertinência da solução com o desafio e problemas de comunicação apresentados.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	4,00	4,50	3,00	3,83	O problema de espaçamento do texto se repete. Apresenta hábitos de consumo e dos públicos-alvo superficialmente. Boa consistência na defesa da tática de mídia apresentada. Defesa do período definido superficial.
TOTAIS	65,00	30,00	30,00	27,00	29,00	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 08	CONCEITO: TURISMO RESPONSÁVEL. ISSO MUDA O DESTINO.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO			JUSTIFICATIVAS	
		1	2	3		
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	2,00	2,00	3,00	2,33	Demonstra baixa acuidade na análise das características do anunciente, com abordagem superficial do contexto em que ele está inserido. Baixa assertividade a respeito do desafio de comunicação e dos objetivos tratados no briefing, mesmo apresentando pertinência razoável das necessidades de comunicação.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	10,00	10,50	14,50	11,67	Baixa adequação do partido temático com o desafio e objetivos de comunicação. Apresenta pouca consistência técnica nos pontos centrais da estratégia e capacidade razoável de articulação sobre os conhecimentos do anunciente.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	12,50	13,50	16,00	14,00	Apresenta pouca originalidade na solução criativa proposta, porém as peças se adequam aos perfis de público e possuem clareza nas mensagens.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	4,00	4,50	5,50	4,67	Demonstra conhecimento e análise dos hábitos de consumo e consistência técnica superficial na defesa da proposta. Razoável grau de eficiência de economicidade na utilização da verba e pouca adequação da estratégia com os objetivos de comunicação.
TOTAIS	65,00	28,50	30,50	39,00	32,67	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			

Documento assinado digitalmente

gov.br
FABIO AUGUSTO OLIVEIRA PINHEIRO
Data: 24/03/2025 15:36:31-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Documento assinado digitalmente

gov.br
FABIOLA RODRIGUES LIMA
Data: 24/03/2025 16:04:05-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Documento assinado digitalmente

gov.br
POLIANA BATISTA DE OLIVEIRA
Data: 26/03/2025 14:40:41-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 09	CONCEITO: JUNTOS, A GENTE FAZ UM PAÍS.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		1	2	3	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	1,50	1,00	1,00	1,17	Apresentou baixa acuidade na análise das características e especificidades do anunciente, pouco demonstrou sobre os aspectos relevantes e significativos das necessidades de comunicação publicitária e pouca assertividade do desafio de comunicação apresentado no briefing. Pouca demonstração sobre entendimento de Turismo Responsável.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	9,00	9,00	9,00	9,00	Conceito distante da necessidade apresentada no briefing. Pouca clareza na defesa dos pontos centrais da campanha.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	9,00	9,50	9,50	9,33	Pouco alinhamento da campanha proposta e baixa pertinência da solução criativa, não abordando os temas amplos do que se propõe pelo briefing. Apresenta frases de apoio que não foram defendidas na estratégia.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	3,00	2,50	4,00	3,17	Análise técnica superficial da pesquisa de hábitos de consumo, apresentando os meios escolhidos sem embasamento criterioso.
TOTAIS	65,00	22,50	22,00	23,50	22,67	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO					RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO	

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 10	CONCEITO: CONHEÇA O BRASIL DE VERDADE. VIAJE COM RESPONSABILIDADE.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		1	2	3	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	5,00	5,00	4,00	4,67	Demonstrou ótima acuidade na análise das características e especificidades do anunciante, apresentando um raciocínio básico bem completo.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	23,00	22,50	19,00	21,50	Abordagem positiva, boa adequação do partido temático com as ações, programas e objetivos do anunciante, ótima capacidade de articulação dos conhecimentos e ótima apresentação de solução para os desafios do briefing.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	23,50	24,00	19,50	22,33	Apresentou excelente alinhamento da campanha proposta com a estratégia sugerida, ótima adequação das peças com os perfis, com boa clareza das mensagens para os públicos-alvo.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	8,50	8,50	7,00	8,00	Proposição e defesa com boa consistência técnica e ótimo grau de economicidade da verba referencial, além de estratégias com ótima adequação da ação com o desafio apresentado no briefing.
TOTAIS	65,00	60,00	60,00	49,50	56,50	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO					RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO	

Documento assinado digitalmente

FABIO AUGUSTO OLIVEIRA PINHEIRO
Data: 24/03/2025 15:36:31-0300
Verifique em <https://validar.itri.gov.br>

Documento assinado digitalmente

FABIOLA RODRIGUES LIMA
Data: 24/03/2025 16:04:05-0300
Verifique em <https://validar.itri.gov.br>

Documento assinado digitalmente

POLIANA BATISTA DE OLIVEIRA
Data: 26/03/2025 14:46:52-0300
Verifique em <https://validar.itri.gov.br>

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 11	CONCEITO: CONHEÇA O MELHOR DO BRASIL. E DEIXE O MELHOR DE VOCÊ.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		1	2	3	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	2,50	2,50	3,00	2,67	Apresentou informações do anunciante constantes do briefing, com pouca acuidade nas especificidades de sua atuação, em alguns momentos confundindo as funções com as da Embratur. Diagnóstico das necessidades de comunicação pertinente. Bom entendimento dos objetivos do briefing.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	16,00	15,50	18,00	16,50	Partido temático bem apresentado, porém com baixa adequação ao desafio e objetivos de comunicação. Poucas possibilidades de interpretações positivas da ideia apresentada para os demais públicos-alvo. Apresentação superficial dos pontos centrais da estratégia.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	12,50	13,00	14,00	13,17	Peças pouco criativas que não se alinham com a estratégia proposta, trazendo dificuldade de compreensão, apesar da adequação aos meios sugeridos.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	5,00	5,00	5,50	5,17	Defesa consistente da tática de mídia e dos meios escolhidos, porém não apresenta conhecimento dos hábitos de consumo de maneira consistente.
TOTAIS	65,00	36,00	36,00	40,50	37,50	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			

Documento assinado digitalmente

 FÁBIO AUGUSTO OLIVEIRA PINHEIRO
Data: 24/03/2025 15:39:14-0300
Verifique em <https://validar.iu.gov.br>

Documento assinado digitalmente

 FABIOLA RODRIGUES LIMA
Data: 24/03/2025 16:07:40-0300
Verifique em <https://validar.iu.gov.br>

Documento assinado digitalmente

 POLIANA BATISTA DE OLIVEIRA
Data: 26/03/2025 14:47:56-0300
Verifique em <https://validar.iu.gov.br>

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 12	CONCEITO: PRESERVE, RESPEITE, PROTEJA. FAÇA TURISMO DE RESPONSA.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		1	2	3	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	4,00	3,50	4,50	4,00	Apresenta boa acuidade na análise do contexto e atuação do anunciente, aspectos relevantes sobre as necessidades de comunicação pertinentes e boa assertividade na compreensão do desafio de comunicação.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	11,00	10,50	13,50	11,67	Partido temático longo, considerado de adequação razoável aos objetivos de comunicação. Argumentação da defesa não condiz com a estratégia apresentada, tendo sido focado na responsabilidade do turista.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	11,50	11,50	14,00	12,33	Peças criativas de baixa originalidade e pertinência, apesar de adequadas aos meios e públicos que propõe. Mensagens não muito claras ao se usar quatro comandos em sua comunicação.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	6,50	6,50	8,00	7,00	Estratégia apresenta boa análise e conhecimento dos hábitos de consumo e boa defesa técnica das escolhas de mídia. Proposta adequada de uso dos recursos do anunciente e alinhada com a estratégia. Razoável grau de eficiência e economicidade.
TOTAIS	65,00	33,00	32,00	40,00	35,00	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO					RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO	

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 13	CONCEITO: VIAJAR É UM ENCONTRO DO CONHECER COM O VALORIZAR. TURISMO RESPONSÁVEL: QUEM FAZ, FAZ BEM.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		1	2	3	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	1,00	1,00	1,50	1,17	Demonstra baixa acuidade na análise do contexto e atuação do anunciente e apresenta de modo superficial o diagnóstico das necessidades de comunicação e baixa compreensão do desafio e objetivos do briefing.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	9,00	9,50	9,00	9,17	Ausência de apresentação do partido temático, conceito longo com duas frases que não se complementam, dificultando sua aplicação e propiciando poucas interpretações positivas.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	9,00	9,50	8,50	9,00	Proposta pouco criativa, baixa originalidade e pouco pertinente com o desafio de comunicação.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	5,00	4,50	3,50	4,33	Traz superficialmente a tática de mídia e não apresenta dados de hábitos de consumo dos públicos-alvo. Apresenta custos de 2% de produção.
TOTAIS	65,00	24,00	24,50	22,50	23,67	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO					RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO	

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 14	CONCEITO: VIVA A BRASILIDADE					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária		PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO			JUSTIFICATIVAS
			1	2	3	MÉDIA
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	3,00	2,50	3,00	2,83	Apresenta pesquisa sobre viagens e conceitos de turismo de massa, mas aborda muito pouco sobre o contexto de atuação do anunciante. Compreensão razoável dos desafios e objetivos de comunicação solicitados no briefing. Diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária considerado pertinente.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	8,00	8,50	9,00	8,50	Conceito proposto considerado amplo, com baixa adequação aos objetivos de comunicação do briefing, ao exultar a brasilidade. Baixa consistência na defesa e poucas possibilidades de interpretações positivas no âmbito do desafio editalício.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	6,50	6,50	5,50	6,17	Proposta criativa distante do que trata o exercício do briefing, sugere o uso de uma celebridade sem amarrar a pertinência da escolha, peças com palavras com final "ade" em excesso para reforçar o conceito amplo e distante do desafio.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	4,00	3,50	4,50	4,00	Apresentou poucos critérios técnicos para embasar a definição do período escolhido e análise dos hábitos de consumo pouco pertinente. Texto da página 17 não atende ao disposto na letra 'h' do subitem 1.2 do Anexo V do edital.
TOTAIS	65,00	21,50	21,00	22,00	21,50	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 15	CONCEITO: BEM, BEM, BEM-VINDO.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária		PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO			JUSTIFICATIVAS
			1	2	3	MÉDIA
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	1,50	1,50	2,00	1,67	Análise razoável do cenário de atuação do anunciante. Pouca pertinência e assertividade no diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária e na compreensão sobre os objetivos do briefing. Se equivoca quando mistura as atuações do anunciante e da Embratur.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	8,50	9,00	9,00	8,83	Partido temático apresentado de forma resumida e pouco consistente, com baixa adequação da proposta aos desafios de comunicação.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	11,00	11,50	10,50	11,00	Alinhamento da proposta criativa com a estratégia apresentada. Solução criativa sem pertinência com a natureza do anunciante e com os objetivos de comunicação. Pouca originalidade e possibilidade de interpretações positivas por não estar alinhado com a proposta de estudo do briefing.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	7,00	7,00	8,50	7,50	Boa apresentação dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos-alvo e bom plano tático de mídia.
TOTAIS	65,00	28,00	29,00	30,00	29,00	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 16	CONCEITO: DEIXAR O SEU DESTINO MELHOR É VIAGEM DE RESPONSA.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		1	2	3	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	3,50	3,50	2,50	3,17	Boa análise de contexto e do cenário atual do anunciante. Apresenta dados e números para embasar o diagnóstico das necessidades de comunicação.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	21,50	21,00	17,00	19,83	Apresenta quatro eixos do partido temático de forma satisfatória e adequada à estratégia proposta. Mensagens claras e coerentes com as necessidades.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	21,00	21,00	16,00	19,33	Proposta criativa alinhada com a estratégia e com os objetivos de comunicação propostos no briefing. Peças com bom nível de compatibilidade com os meios sugeridos. Mensagens claras e adequadas aos públicos.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	8,00	8,00	7,00	7,67	Estratégia adequada aos objetivos, boa apresentação de pesquisas e hábitos de consumo. Defesa técnica consistente.
TOTAIS	65,00	54,00	53,50	42,50	50,00	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO					RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO	

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 17	CONCEITO: O BRASIL É A SUA CASA: CONHEÇA E PRESERVE O QUE O PAÍS TEM DE MELHOR.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		1	2	3	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	2,00	2,00	2,50	2,17	Análise superficial do contexto de atuação do anunciante e do diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária. Boa compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	10,50	11,50	10,50	10,83	Apresenta baixa consistência na argumentação do partido temático e da estratégia escolhida. Apesar do conceito trazer a noção de pertencimento, não desdobra a fim de chegar nos objetivos de comunicação que envolvem o de turismo responsável.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	11,50	12,50	12,00	12,00	Baixa pertinência da solução criativa, que apesar de estar alinhada com a estratégia proposta, não desenvolve de forma compatível com a necessidade de comunicação estabelecida em briefing. Pouca originalidade na linha criativa e proposta com 258 peças, o que torna a estratégia confusa e sem objetivo específico.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	5,00	5,00	5,50	5,17	Meios escolhidos com boa consistência técnica, apresenta bons critérios para utilização dos recursos porém não traz apresentação consistente dos hábitos de consumo dos públicos de interesse. Período escolhido amplo, sem base técnica que o justifique.
TOTAIS	65,00	29,00	31,00	30,50	30,17	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO					RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO	

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 18	CONCEITO: TURISMO RESPONSÁVEL. É TUDO SEU. É TUDO NOSSO.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO			JUSTIFICATIVAS	
		1	2	3	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	2,00	2,00	4,00	2,67	Apresenta análise de cenário e atuação do anunciante de forma superficial, mencionando poucas ações e programas. Aspectos pertinentes a respeito das necessidades de comunicação e assertividade razoável na análise de compreensão do desafio.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	9,00	8,50	21,00	12,83	Partido temático se adequa de forma superficial à natureza do anunciante, apesar da defesa razoável apresentada. Baixa capacidade de articulação dos conhecimentos sobre o anunciante e seu desafio de comunicação. Pontos centrais da estratégia apresentados com boa consistência técnica.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	13,00	13,50	21,50	16,00	Campanha com baixa pertinência criativa com o desafio proposto no briefing com pouca originalidade e interpretações positivas de acordo com o conceito a ser trabalhado pelo anunciante. Mensagem clara e com boa adequação ao público.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	5,50	5,00	6,50	5,67	Boa consistência técnica na defesa da estratégia e tática de mídia. Apresenta conhecimento superficial dos hábitos de consumo de mídia. Adequação razoável da estratégia proposta com as características da ação publicitária estabelecida no briefing.
TOTAIS	65,00	29,50	29,00	53,00	37,17	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO					RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO	

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 19	CONCEITO: TURISMO RESPONSÁVEL. O BRASIL FICA MELHOR COM VOCÊ.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		1	2	3	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	3,50	3,00	3,50	3,33	Boa análise de cenário e contexto de atuação do anunciente. Diagnóstico razoável das necessidades de comunicação . Análise assertiva do desafio proposto no briefing.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	17,00	16,50	18,50	17,33	Apresenta de forma superficial os pontos centrais da estratégia de comunicação. Boa adequação do partido temático com os desafios. Capacidade razoável de articular os conhecimentos sobre o anunciente e seus objetivos de comunicação, apresentando foco nas questões ambientais.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	16,50	16,50	18,50	17,17	Proposta criativa alinhada com a estratégia apresentada, boa originalidade e clareza nas mensagens. Pertinência razoável com os objetivos do briefing.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	4,50	4,00	5,00	4,50	Analise superficial dos hábitos de consumo, mas apresenta boa defesa da tática de mídia. Período escolhido não foi compreendido, por se tratar de fevereiro e mencionar 30 dias, sem boa linha de argumentação da escolha.
TOTAIS	65,00	41,50	40,00	45,50	42,33	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO					RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO	

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 20	CONCEITO: TURISMO RESPONSÁVEL. VOCÊ CURTE O BRASIL. O BRASIL CURTE VOCÊ.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária		PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO			JUSTIFICATIVAS
			1	2	3	MÉDIA
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	4,00	4,00	4,50	4,17	Boa acuidade na análise de cenário e contexto de atuação do anunciante, não tendo sido mencionadas, porém, suas ações relativas ao tema do briefing. Bom diagnóstico das necessidades de comunicação e boa compreensão sobre o desafio e objetivos propostos.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	17,00	17,00	21,00	18,33	Apresenta boa defesa dos pontos centrais da estratégia de forma técnica e consistente. Proposta de conceito aderente ao desafio, que permite boas interpretações positivas. Capacidade de articular os conhecimentos a respeito do tema específico considerada razoável.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	16,00	16,50	20,50	17,67	Linha criativa aderente à estratégia proposta, condizente com a natureza do anunciante. Textos permitem clareza nas mensagens e trazem boa adequação aos públicos-alvo. Texto na página 10 apresenta três linhas fora das exigências da letra 'g' do subitem 1.2 do Apêndice 2 do Anexo V.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	3,00	3,00	4,50	3,50	Estratégia apresentada considerada boa, com adequação razoável dos meios escolhidos, e defesa técnica da definição da tática de mídia. Análise dos hábitos de consumo superficial. Texto na página 10 apresenta uma linhas fora das exigências da letra 'g' do subitem 1.2 do Apêndice 2 do Anexo V.
TOTAIS	65,00	40,00	40,50	50,50	43,67	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 21	CONCEITO: TURISMO RESPONSÁVEL. PRESERVAÇÃO, CONSCIENTIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		1	2	3	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	Apresenta análise de contexto e cenário de atuação do anunciente superficialmente. Diagnóstico razoável acerca das necessidades de comunicação identificadas. Boa análise e entendimento do desafio de comunicação a ser superado.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	10,50	9,50	10,00	10,00	Pontos centrais da estratégia apresentados de forma superficial e planejamento estratégico razoavelmente explicado. Partido temático bem defendido, porém o conceito não traz clareza na conexão com os objetivos de comunicação do briefing. Evoca cultura de responsabilidade e educação ambiental.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	11,00	10,50	11,00	10,83	A linha criativa demonstra pouca originalidade, com alguns textos adequados sobre a mensagem, porém sem criar conexão ou vínculo com os públicos-alvo sobre o tema principal.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	7,50	7,00	7,00	7,17	Boa análise de hábitos de consumo, o que permite uma escolha tática de mídia consistente. Pouca defesa técnica a respeito do período escolhido.
TOTAIS	65,00	32,00	30,00	31,00	31,00	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO					RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO	

Documento assinado digitalmente

gov.br
FABIO AUGUSTO OLIVEIRA PINHEIRO
Data: 24/03/2025 17:12:46-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Documento assinado digitalmente

gov.br
FABIOLA RODRIGUES LIMA
Data: 24/03/2025 17:21:19-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Documento assinado digitalmente

gov.br
POLIANA BATISTA DE OLIVEIRA
Data: 26/03/2025 14:57:38-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 22	CONCEITO: O BRASIL É SUA CASA. PRATIQUE O TURISMO RESPONSÁVEL.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		1	2	3	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	3,00	3,50	3,50	3,33	Boa acuidade demonstrada na análise de contexto de atuação e histórico do anunciante. Apresenta aspectos relevantes e pertinentes no diagnóstico das necessidades e boa compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	16,50	17,00	20,00	17,83	Conceito pertinente com a natureza do anunciante e bem apresentado, consistente com a estratégia elaborada. Aborda preservação ambiental e cultural. Capacidade razoável de articular os conhecimentos sobre o desafio.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	17,00	18,00	20,50	18,50	Peças criativas bem apresentadas, alinhadas com a estratégia e adequadas ao público-alvo. Originalidade ao criar conexão com casa e o destino turístico, usando o elemento das portas. Encontra-se um erro de digitação na peça Carrossel Linked In "tradições do lugas".
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	5,50	5,00	6,00	5,50	Boa análise dos hábitos de consumo e defesa dos meios e veículos escolhidos para divulgação da campanha. Defesa superficial do período.
TOTAIS	65,00	42,00	43,50	50,00	45,17	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 23	CONCEITO: VIAJE PELO BRASIL E LEVE O CUIDADO COMO LEMBRANÇA.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		1	2	3	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	2,00	2,00	3,00	2,33	Análise de cenário e contexto do anunciante superficial. Bom diagnóstico apresentado a respeito das necessidades de comunicação. Assertividade razoável na análise do desafio e dos objetivos estabelecidos no briefing.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	16,50	17,00	21,00	18,17	Conceito adequado ao desafio proposto e à natureza do anunciante, apesar da apresentação superficial do partido temático. Consistência técnica boa dos pontos centrais da estratégia proposta. Exequibilidade razoável da estratégia considerando período proposto com pouca fundamentação da escolha.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	16,50	17,00	21,50	18,33	Bom enxoval de peças apresentado e coerente com a natureza e objetivos de comunicação do anunciante.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	5,00	5,00	6,00	5,33	Apresentação superficial dos hábitos de consumo bem como a defesa dos meios escolhidos para a divulgação da campanha. Eficácia razoável da utilização da verba em razão do período de veiculação escolhido.
TOTAIS	65,00	40,00	41,00	51,50	44,17	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO					RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO	

CONCORRÊNCIA Nº 90004/2024 - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

CÓDIGO DA EMPRESA: 24	CONCEITO: AONDE VOCÊ FOR, CUIDE DO BRASIL COM AMOR.					PERÍODO: 17/02/2025 a 21/03/2025
QUESITO 1: Plano de Comunicação Publicitária		PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO			JUSTIFICATIVAS
			1	2	3	MÉDIA
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	1,50	1,00	2,00	1,50	Baixa acuidade demonstrada nas análises das características e especificidades do anunciante, pouca pertinência nos aspectos relativos às necessidades de comunicação e baixa assertividade na análise do desafio de comunicação.
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária	25,00	9,50	9,00	11,00	9,83	Apresentou partido temático e conceito com baixa adequação aos objetivos de comunicação, baixa capacidade de articular os conhecimentos sobre o anunciante.
1.3 - Ideia Criativa	25,00	9,00	8,50	10,00	9,17	Apresentou pouca originalidade e pertinência da solução criativa com os desafios propostos em briefing.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia	10,00	4,50	5,00	5,50	5,00	A concorrente não apresentou cuidado com a apresentação das planilhas, tendo sido encontrados erros de digitação e palavras cortadas, o que dificultou a leitura e compreensão das propostas apresentadas. A praça trabalhada na mídia se concentrou em Campinas. Baixa consistência do conhecimento de hábitos de consumo e pouca adequação da estratégica com as características da ação publicitária.
TOTAIS	65,00	24,50	23,50	28,50	25,50	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			