

## **JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA CONCORRÊNCIA N.º 0080/2019**

*Ata da Subcomissão Técnica da COMPANHIA DE GÁS DA BAHIA – BAHIAGÁS sobre julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária e Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação apresentados no âmbito da Concorrência n.º 00080/2019.*

Aos 27 dias do mês de abril de 2020, reuniu-se a Subcomissão Técnica da COMPANHIA DE GÁS DA BAHIA – BAHIAGÁS, constituída, após sorteio público, por: 1- **Fernanda Ferreira de Castro Fontainha de Souza**, 2- **Cáren da Cruz Batista Regis** e 3- **Sônia Maria Haas** com a finalidade de julgar os Planos de Comunicação Publicitária (Envelope nº 01) e Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação (Envelope nº 03) apresentados na Concorrência n.º 00080/2019, que tem como objeto a contratação de empresa especializada para a prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de uma agência.

Nesse sentido, foram encaminhados à Subcomissão Técnica os Planos de Comunicação Publicitária (Envelope nº 01) e a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação (Envelope nº 03) das empresas BRASIL84, CDLJ - YAYA COMUNICAÇÃO, GRITO PROPAGANDA, OBJECTIVA, SLA, TEMPO PROPAGANDA, ÚNICA e W4.

Conforme previsto no Edital da licitação, os Planos de Comunicação Publicitária das licitantes, constantes do Envelope nº 01, foram apresentados de modo não identificado, razão pela qual a atribuição das respectivas notas foi efetuada mediante utilização dos slogans de campanha abaixo relacionados:

- A – “GASODUTO SUDOESTE. GIRANDO A RODA DO DESENVOLVIMENTO DO INTERIOR DA BAHIA”;
- B – “GÁS SUDOESTE. A BAHIA COM MAIS GÁS PRA CRESCER”;
- C – “GASODUTO SUDOESTE. O GÁS QUE A BAHIA PRECISA”;
- D – “BAHIAGÁS - PROJETO GÁS SUDOESTE. É A CHAMA DO DESENVOLVIMENTO CHEGANDO A TODA A BAHIA”;
- E – “ENERGIA QUE LIGA A BAHIA”;
- F – “MAIS GÁS PARA A BAHIA”;
- G – “BAHIAGÁS. A ENERGIA QUE FAZ A BAHIA SER MAIS”;
- H – “VEM GÁS SUDOESTE. VEM MAIS DESENVOLVIMENTO PRA TODA BAHIA”.

O julgamento técnico das propostas foi executado conforme o ITEM 2, JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA do ANEXO D – CRITÉRIOS DE ELABORAÇÃO E JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA do Edital.

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

JURADO 1: FERNANDA FERREIRA DE CASTRO FONTAINHA DE SOUZA

JURADO 2: CÁREN DA CRUZ BATISTA REGIS

JURADO 3: SÔNIA MARIA HAAS

Primeiramente, foi analisado o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA das Licitantes. As notas dos membros da Subcomissão Técnica estão apresentadas nos quadros a seguir:

<b>JULGAMENTO TÉCNICO PLANO DE COMUNICAÇÃO - CONCORRÊNCIA Nº 0080/2019</b>				
<b>LICITANTE: GASODUTO SUDOESTE. GIRANDO A RODA DO DESENVOLVIMENTO DO INTERIOR DA BAHIA</b>				
<b>2.2.1 Plano de Comunicação Publicitária</b>	<b>JURADO 1</b>	<b>JURADO 2</b>	<b>JURADO 3</b>	<b>MÉDIA</b>
<b>2.2.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão: (5 pontos)</b>	<b>4,25</b>	<b>4,50</b>	<b>4,75</b>	<b>4,50</b>
a) das características do CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	4,00	5,00	5,00	4,67
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do CONTRATANTE com seus públicos;	4,00	4,00	4,00	4,00
c) do papel do CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico;	5,00	5,00	5,00	5,00
d) do problema específico de comunicação do CONTRATANTE.	4,00	4,00	5,00	4,33
<b>2.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária (15 pontos)</b>	<b>10,71</b>	<b>10,71</b>	<b>13,29</b>	<b>11,57</b>
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação	12,00	9,00	12,00	11,00
b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;	9,00	9,00	12,00	10,00
c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação	9,00	12,00	12,00	11,00
d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução	9,00	9,00	12,00	10,00
e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;	12,00	12,00	15,00	13,00
f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha	12,00	12,00	15,00	13,00
g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos	12,00	12,00	15,00	13,00
<b>2.2.1.3 Ideia Criativa (30 pontos)</b>	<b>21,33</b>	<b>22,00</b>	<b>24,00</b>	<b>22,44</b>
a) sua adequação ao problema específico de comunicação do CONTRATANTE;	24,00	18,00	24,00	22,00
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	18,00	18,00	24,00	20,00
c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	18,00	18,00	24,00	20,00
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	12,00	18,00	18,00	16,00
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	24,00	24,00	24,00	24,00
f) sua pertinência às atividades do CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;	24,00	18,00	24,00	22,00
g) os desdobramentos comunicativos que ensaja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;	18,00	24,00	24,00	22,00
h) a exequibilidade das peças;	30,00	30,00	30,00	30,00
i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	24,00	30,00	24,00	26,00
<b>2.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia (15 pontos)</b>	<b>9,00</b>	<b>10,00</b>	<b>12,00</b>	<b>10,33</b>
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;	6,00	9,00	9,00	8,00
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	9,00	9,00	12,00	10,00
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	9,00	9,00	12,00	10,00
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios	9,00	12,00	12,00	11,00
e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado	9,00	9,00	12,00	10,00
f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	12,00	12,00	15,00	13,00
<b>NOTA FINAL DOS JURADOS</b>	<b>45,30</b>	<b>47,21</b>	<b>54,04</b>	<b>48,85</b>
<b>NOTA FINAL DA LICITANTE (MÉDIA DOS JURADOS)</b>	<b>48,85</b>			
JURADO 1: Fernanda Ferreira de Castro Fontainha de Souza				
JURADO 2: Cáren da Cruz Batista Regis				
JURADO 3: Sônia Maria Haas				

<b>JULGAMENTO TÉCNICO PLANO DE COMUNICAÇÃO - CONCORRÊNCIA Nº 0080/2019</b>				
<b>LICITANTE: GÁS SUDOESTE. A BAHIA COM MAIS GÁS PRA CRESCER</b>				
<b>2.2.1 Plano de Comunicação Publicitária</b>	<b>JURADO 1</b>	<b>JURADO 2</b>	<b>JURADO 3</b>	<b>MÉDIA</b>
<b>2.2.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão: (5 pontos)</b>	<b>5,00</b>	<b>5,00</b>	<b>4,75</b>	<b>4,92</b>
a) das características do CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	5,00	5,00	5,00	5,00
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do CONTRATANTE com seus públicos;	5,00	5,00	4,00	4,67
c) do papel do CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico;	5,00	5,00	5,00	5,00
d) do problema específico de comunicação do CONTRATANTE.	5,00	5,00	5,00	5,00
<b>2.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária (15 pontos)</b>	<b>15,00</b>	<b>14,14</b>	<b>13,29</b>	<b>14,14</b>
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação	15,00	15,00	12,00	14,00
b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;	15,00	12,00	12,00	13,00
c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação	15,00	12,00	15,00	14,00
d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução	15,00	15,00	12,00	14,00
e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;	15,00	15,00	15,00	15,00
f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha	15,00	15,00	12,00	14,00
g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos	15,00	15,00	15,00	15,00
<b>2.2.1.3 Ideia Criativa (30 pontos)</b>	<b>27,33</b>	<b>24,67</b>	<b>22,00</b>	<b>24,67</b>
a) sua adequação ao problema específico de comunicação do CONTRATANTE;	24,00	24,00	18,00	22,00
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	30,00	24,00	24,00	26,00
c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	30,00	30,00	30,00	30,00
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	18,00	18,00	12,00	16,00
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	24,00	24,00	18,00	22,00
f) sua pertinência às atividades do CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;	30,00	24,00	24,00	26,00
g) os desdobramentos comunicativos que ensaja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;	30,00	24,00	24,00	26,00
h) a exequibilidade das peças;	30,00	30,00	24,00	28,00
i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	30,00	24,00	24,00	26,00
<b>2.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia (15 pontos)</b>	<b>14,50</b>	<b>14,50</b>	<b>14,00</b>	<b>14,33</b>
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;	15,00	15,00	15,00	15,00
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	15,00	15,00	15,00	15,00
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	15,00	15,00	15,00	15,00
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios	15,00	15,00	12,00	14,00
e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado	12,00	15,00	12,00	13,00
f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	15,00	12,00	15,00	14,00
<b>NOTA FINAL DOS JURADOS</b>	<b>61,83</b>	<b>58,31</b>	<b>54,04</b>	<b>58,06</b>
<b>NOTA FINAL DA LICITANTE (MÉDIA DOS JURADOS)</b>	<b>58,06</b>			
JURADO 1: Fernanda Ferreira de Castro Fontinha de Souza				
JURADO 2: Cáren da Cruz Batista Regis				
JURADO 3: Sônia Maria Haas				

<b>JULGAMENTO TÉCNICO PLANO DE COMUNICAÇÃO - CONCORRÊNCIA Nº 0080/2019</b>				
<b>LICITANTE: GASODUTO SUDOESTE. O GÁS QUE A BAHIA PRECISA</b>				
<b>2.2.1 Plano de Comunicação Publicitária</b>	<b>JURADO 1</b>	<b>JURADO 2</b>	<b>JURADO 3</b>	<b>MÉDIA</b>
<b>2.2.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão: (5 pontos)</b>	<b>3,25</b>	<b>3,50</b>	<b>4,25</b>	<b>3,67</b>
a) das características do CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	3,00	3,00	4,00	3,33
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do CONTRATANTE com seus públicos;	3,00	3,00	4,00	3,33
c) do papel do CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico;	3,00	4,00	4,00	3,67
d) do problema específico de comunicação do CONTRATANTE.	4,00	4,00	5,00	4,33
<b>2.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária (15 pontos)</b>	<b>10,29</b>	<b>10,71</b>	<b>12,00</b>	<b>11,00</b>
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação	9,00	12,00	12,00	11,00
b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;	9,00	12,00	12,00	11,00
c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação	9,00	9,00	9,00	9,00
d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução	12,00	9,00	12,00	11,00
e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;	12,00	12,00	15,00	13,00
f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha	9,00	9,00	12,00	10,00
g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos	12,00	12,00	12,00	12,00
<b>2.2.1.3 Ideia Criativa (30 pontos)</b>	<b>21,33</b>	<b>22,00</b>	<b>23,33</b>	<b>22,22</b>
a) sua adequação ao problema específico de comunicação do CONTRATANTE;	18,00	18,00	24,00	20,00
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	18,00	18,00	24,00	20,00
c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	18,00	24,00	24,00	22,00
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	24,00	18,00	18,00	20,00
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	24,00	24,00	24,00	24,00
f) sua pertinência às atividades do CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;	18,00	18,00	24,00	20,00
g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;	18,00	18,00	24,00	20,00
h) a exequibilidade das peças;	30,00	30,00	24,00	28,00
i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	24,00	30,00	24,00	26,00
<b>2.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia (15 pontos)</b>	<b>6,00</b>	<b>6,50</b>	<b>9,00</b>	<b>7,17</b>
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;	6,00	6,00	9,00	7,00
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	6,00	6,00	9,00	7,00
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	6,00	6,00	9,00	7,00
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios	9,00	9,00	12,00	10,00
e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado	3,00	6,00	6,00	5,00
f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	6,00	6,00	9,00	7,00
<b>NOTA FINAL DOS JURADOS</b>	<b>40,87</b>	<b>42,71</b>	<b>48,58</b>	<b>44,06</b>
<b>NOTA FINAL DA LICITANTE (MÉDIA DOS JURADOS)</b>	<b>44,06</b>			
Obs: Não apresentou as tabelas de distribuição de mídias por veículos com os preços de tabela e distribuição das inserções				
JURADO 1: Fernanda Ferreira de Castro Fontainha de Souza				
JURADO 2: Cáren da Cruz Batista Regis				
JURADO 3: Sônia Maria Haas				

<b>JULGAMENTO TÉCNICO PLANO DE COMUNICAÇÃO - CONCORRÊNCIA Nº 0080/2019</b>				
<b>LICITANTE: BAHIA GÁS - PROJETO GÁS SUDOESTE. É A CHAMA DO DESENVOLVIMENTO CHEGANDO A TODA A BAHIA</b>				
<b>2.2.1 Plano de Comunicação Publicitária</b>	<b>JURADO 1</b>	<b>JURADO 2</b>	<b>JURADO 3</b>	<b>MÉDIA</b>
<b>2.2.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão: (5 pontos)</b>	<b>4,75</b>	<b>4,75</b>	<b>4,25</b>	<b>4,58</b>
a) das características do CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	5,00	5,00	4,00	4,67
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do CONTRATANTE com seus públicos;	4,00	5,00	4,00	4,33
c) do papel do CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico;	5,00	5,00	5,00	5,00
d) do problema específico de comunicação do CONTRATANTE.	5,00	4,00	4,00	4,33
<b>2.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária (15 pontos)</b>	<b>11,14</b>	<b>11,14</b>	<b>11,57</b>	<b>11,29</b>
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação	12,00	12,00	12,00	12,00
b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;	12,00	12,00	12,00	12,00
c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação	9,00	12,00	9,00	10,00
d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução	12,00	9,00	12,00	11,00
e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;	15,00	12,00	15,00	14,00
f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha	9,00	9,00	9,00	9,00
g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos	9,00	12,00	12,00	11,00
<b>2.2.1.3 Ideia Criativa (30 pontos)</b>	<b>18,67</b>	<b>16,67</b>	<b>18,67</b>	<b>18,00</b>
a) sua adequação ao problema específico de comunicação do CONTRATANTE;	18,00	12,00	18,00	16,00
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	18,00	12,00	18,00	16,00
c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	18,00	18,00	24,00	20,00
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	12,00	12,00	12,00	12,00
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	24,00	24,00	18,00	22,00
f) sua pertinência às atividades do CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;	24,00	18,00	24,00	22,00
g) os desdobramentos comunicativos que ensaja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;	18,00	24,00	24,00	22,00
h) a exequibilidade das peças;	12,00	6,00	6,00	8,00
i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	24,00	24,00	24,00	24,00
<b>2.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia (15 pontos)</b>	<b>9,50</b>	<b>10,50</b>	<b>12,50</b>	<b>10,83</b>
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;	6,00	9,00	9,00	8,00
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	9,00	9,00	12,00	10,00
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	9,00	9,00	12,00	10,00
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios	12,00	15,00	15,00	14,00
e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado	9,00	9,00	12,00	10,00
f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	12,00	12,00	15,00	13,00
<b>NOTA FINAL DOS JURADOS</b>	<b>44,06</b>	<b>43,06</b>	<b>46,99</b>	<b>44,70</b>
<b>NOTA FINAL DA LICITANTE (MÉDIA DOS JURADOS)</b>	<b>44,70</b>			
JURADO 1: Fernanda Ferreira de Castro Fontainha de Souza				
JURADO 2: Cáren da Cruz Batista Regis				
JURADO 3: Sônia Maria Haas				

<b>JULGAMENTO TÉCNICO PLANO DE COMUNICAÇÃO - CONCORRÊNCIA Nº 0080/2019</b>				
<b>LICITANTE: ENERGIA QUE LIGA A BAHIA</b>				
<b>2.2.1 Plano de Comunicação Publicitária</b>	<b>JURADO 1</b>	<b>JURADO 2</b>	<b>JURADO 3</b>	<b>MÉDIA</b>
<b>2.2.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão: (5 pontos)</b>	<b>4,50</b>	<b>5,00</b>	<b>4,75</b>	<b>4,75</b>
a) das características do CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	4,00	5,00	5,00	4,67
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do CONTRATANTE com seus públicos;	5,00	5,00	4,00	4,67
c) do papel do CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico;	5,00	5,00	5,00	5,00
d) do problema específico de comunicação do CONTRATANTE.	4,00	5,00	5,00	4,67
<b>2.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária (15 pontos)</b>	<b>8,57</b>	<b>9,00</b>	<b>11,14</b>	<b>9,57</b>
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação	12,00	9,00	12,00	11,00
b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;	6,00	9,00	9,00	8,00
c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação	9,00	9,00	12,00	10,00
d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução	9,00	9,00	12,00	10,00
e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;	6,00	9,00	9,00	8,00
f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha	9,00	9,00	12,00	10,00
g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos	9,00	9,00	12,00	10,00
<b>2.2.1.3 Ideia Criativa (30 pontos)</b>	<b>16,67</b>	<b>19,33</b>	<b>21,33</b>	<b>19,11</b>
a) sua adequação ao problema específico de comunicação do CONTRATANTE;	18,00	18,00	24,00	20,00
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	12,00	18,00	18,00	16,00
c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	18,00	18,00	24,00	20,00
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	12,00	18,00	18,00	16,00
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	12,00	18,00	18,00	16,00
f) sua pertinência às atividades do CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;	18,00	18,00	24,00	20,00
g) os desdobramentos comunicativos que ensaja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;	12,00	12,00	18,00	14,00
h) a exequibilidade das peças;	24,00	30,00	24,00	26,00
i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	24,00	24,00	24,00	24,00
<b>2.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia (15 pontos)</b>	<b>9,50</b>	<b>11,00</b>	<b>12,00</b>	<b>10,83</b>
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;	9,00	9,00	12,00	10,00
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	9,00	12,00	12,00	11,00
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	9,00	9,00	12,00	10,00
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios	12,00	15,00	12,00	13,00
e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado	9,00	9,00	12,00	10,00
f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	9,00	12,00	12,00	11,00
<b>NOTA FINAL DOS JURADOS</b>	<b>39,24</b>	<b>44,33</b>	<b>49,23</b>	<b>44,27</b>
<b>NOTA FINAL DA LICITANTE (MÉDIA DOS JURADOS)</b>	<b>44,27</b>			
JURADO 1: Fernanda Ferreira de Castro Fontainha de Souza				
JURADO 2: Cáren da Cruz Batista Regis				
JURADO 3: Sônia Maria Haas				

<b>JULGAMENTO TÉCNICO PLANO DE COMUNICAÇÃO - CONCORRÊNCIA Nº 0080/2019</b>				
<b>LICITANTE: MAIS GÁS PARA A BAHIA</b>				
<b>2.2.1 Plano de Comunicação Publicitária</b>	<b>JURADO 1</b>	<b>JURADO 2</b>	<b>JURADO 3</b>	<b>MÉDIA</b>
<b>2.2.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão: (5 pontos)</b>	<b>4,25</b>	<b>4,00</b>	<b>5,00</b>	<b>4,42</b>
a) das características do CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	5,00	4,00	5,00	4,67
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do CONTRATANTE com seus públicos;	4,00	4,00	5,00	4,33
c) do papel do CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico;	4,00	4,00	5,00	4,33
d) do problema específico de comunicação do CONTRATANTE.	4,00	4,00	5,00	4,33
<b>2.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária (15 pontos)</b>	<b>11,57</b>	<b>10,71</b>	<b>13,71</b>	<b>12,00</b>
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do CONTRATANTE e a seu problema específico de comunicação;	12,00	12,00	15,00	13,00
b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;	12,00	9,00	12,00	11,00
c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do CONTRATANTE com seus públicos;	12,00	12,00	15,00	13,00
d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação do CONTRATANTE;	12,00	9,00	12,00	11,00
e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;	12,00	12,00	15,00	13,00
f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;	9,00	9,00	12,00	10,00
g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos	12,00	12,00	15,00	13,00
<b>2.2.1.3 Ideia Criativa (30 pontos)</b>	<b>26,67</b>	<b>25,33</b>	<b>28,00</b>	<b>26,67</b>
a) sua adequação ao problema específico de comunicação do CONTRATANTE;	24,00	24,00	30,00	26,00
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	24,00	24,00	30,00	26,00
c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	24,00	18,00	24,00	22,00
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	18,00	24,00	24,00	22,00
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	30,00	30,00	24,00	28,00
f) sua pertinência às atividades do CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;	30,00	24,00	30,00	28,00
g) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;	30,00	24,00	30,00	28,00
h) a exequibilidade das peças;	30,00	30,00	30,00	30,00
i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	30,00	30,00	30,00	30,00
<b>2.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia (15 pontos)</b>	<b>9,50</b>	<b>9,00</b>	<b>11,50</b>	<b>10,00</b>
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;	12,00	12,00	15,00	13,00
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	12,00	9,00	12,00	11,00
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	12,00	12,00	12,00	12,00
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do CONTRATANTE;	9,00	9,00	12,00	10,00
e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;	6,00	6,00	9,00	7,00
f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	6,00	6,00	9,00	7,00
<b>NOTA FINAL DOS JURADOS</b>	<b>51,99</b>	<b>49,05</b>	<b>58,21</b>	<b>53,08</b>
<b>NOTA FINAL DA LICITANTE (MÉDIA DOS JURADOS)</b>	<b>53,08</b>			
JURADO 1: Fernanda Ferreira de Castro Fontainha de Souza				
JURADO 2: Cáren da Cruz Batista Regis				
JURADO 3: Sônia Maria Haas				



<b>JULGAMENTO TÉCNICO PLANO DE COMUNICAÇÃO - CONCORRÊNCIA Nº 0080/2019</b>				
<b>LICITANTE: BAHIA GÁS. A ENERGIA QUE FAZ A BAHIA SER MAIS</b>				
<b>2.2.1 Plano de Comunicação Publicitária</b>	<b>JURADO 1</b>	<b>JURADO 2</b>	<b>JURADO 3</b>	<b>MÉDIA</b>
<b>2.2.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão: (5 pontos)</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>	<b>4,75</b>	<b>4,25</b>
a) das características do CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	4,00	4,00	5,00	4,33
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do CONTRATANTE com seus públicos;	4,00	4,00	4,00	4,00
c) do papel do CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico;	4,00	4,00	5,00	4,33
d) do problema específico de comunicação do CONTRATANTE.	4,00	4,00	5,00	4,33
<b>2.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária (15 pontos)</b>	<b>12,43</b>	<b>12,43</b>	<b>14,57</b>	<b>13,14</b>
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação	15,00	15,00	15,00	15,00
b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;	12,00	12,00	15,00	13,00
c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação	12,00	12,00	12,00	12,00
d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução	12,00	12,00	15,00	13,00
e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;	12,00	12,00	15,00	13,00
f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha	12,00	12,00	15,00	13,00
g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos	12,00	12,00	15,00	13,00
<b>2.2.1.3 Ideia Criativa (30 pontos)</b>	<b>22,67</b>	<b>22,67</b>	<b>27,33</b>	<b>24,22</b>
a) sua adequação ao problema específico de comunicação do CONTRATANTE;	24,00	24,00	30,00	26,00
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	24,00	24,00	30,00	26,00
c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	18,00	18,00	24,00	20,00
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	18,00	18,00	24,00	20,00
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	18,00	18,00	24,00	20,00
f) sua pertinência às atividades do CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;	24,00	24,00	30,00	26,00
g) os desdobramentos comunicativos que ensaja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;	18,00	18,00	24,00	20,00
h) a exequibilidade das peças;	30,00	30,00	30,00	30,00
i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	30,00	30,00	30,00	30,00
<b>2.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia (15 pontos)</b>	<b>10,00</b>	<b>10,50</b>	<b>13,00</b>	<b>11,17</b>
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;	9,00	9,00	12,00	10,00
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	9,00	9,00	12,00	10,00
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	9,00	9,00	12,00	10,00
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios	12,00	12,00	15,00	13,00
e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado	9,00	12,00	12,00	11,00
f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	12,00	12,00	15,00	13,00
<b>NOTA FINAL DOS JURADOS</b>	<b>49,10</b>	<b>49,60</b>	<b>59,65</b>	<b>52,78</b>
<b>NOTA FINAL DA LICITANTE (MÉDIA DOS JURADOS)</b>	<b>52,78</b>			
JURADO 1: Fernanda Ferreira de Castro Fontinha de Souza				
JURADO 2: Cáren da Cruz Batista Regis				
JURADO 3: Sônia Maria Haas				

<b>JULGAMENTO TÉCNICO PLANO DE COMUNICAÇÃO - CONCORRÊNCIA Nº 0080/2019</b>				
<b>LICITANTE: VEM GÁS SUDOESTE. VEM MAIS DESENVOLVIMENTO PRA TODA BAHIA</b>				
<b>2.2.1 Plano de Comunicação Publicitária</b>	<b>JURADO 1</b>	<b>JURADO 2</b>	<b>JURADO 3</b>	<b>MÉDIA</b>
<b>2.2.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão: (5 pontos)</b>	<b>4,25</b>	<b>4,75</b>	<b>4,25</b>	<b>4,42</b>
a) das características do CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	5,00	5,00	5,00	5,00
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do CONTRATANTE com seus públicos;	4,00	4,00	4,00	4,00
c) do papel do CONTRATANTE no atual contexto social, político e econômico;	4,00	5,00	4,00	4,33
d) do problema específico de comunicação do CONTRATANTE.	4,00	5,00	4,00	4,33
<b>2.2.1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária (15 pontos)</b>	<b>12,00</b>	<b>12,86</b>	<b>15,00</b>	<b>13,29</b>
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação	12,00	12,00	15,00	13,00
b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;	12,00	15,00	15,00	14,00
c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação	12,00	12,00	15,00	13,00
d) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução	12,00	12,00	15,00	13,00
e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;	12,00	12,00	15,00	13,00
f) a capacidade de identificar opções de abordagem publicitária e acuidade na escolha	12,00	12,00	15,00	13,00
g) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE e sobre o problema específico de comunicação, os públicos, os objetivos	12,00	15,00	15,00	14,00
<b>2.2.1.3 Ideia Criativa (30 pontos)</b>	<b>20,67</b>	<b>22,00</b>	<b>25,33</b>	<b>22,67</b>
a) sua adequação ao problema específico de comunicação do CONTRATANTE;	18,00	18,00	24,00	20,00
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	18,00	18,00	24,00	20,00
c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	18,00	18,00	24,00	20,00
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	18,00	18,00	24,00	20,00
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	18,00	24,00	24,00	22,00
f) sua pertinência às atividades do CONTRATANTE e à sua inserção na sociedade;	24,00	24,00	30,00	26,00
g) os desdobramentos comunicativos que ensaja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;	18,00	18,00	24,00	20,00
h) a exequibilidade das peças;	30,00	30,00	30,00	30,00
i) a compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	24,00	30,00	24,00	26,00
<b>2.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia (15 pontos)</b>	<b>12,50</b>	<b>13,50</b>	<b>12,50</b>	<b>12,83</b>
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;	12,00	12,00	12,00	12,00
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	12,00	12,00	12,00	12,00
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	12,00	15,00	12,00	13,00
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios	15,00	15,00	12,00	14,00
e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado	12,00	15,00	12,00	13,00
f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	12,00	12,00	15,00	13,00
<b>NOTA FINAL DOS JURADOS</b>	<b>49,42</b>	<b>53,11</b>	<b>57,08</b>	<b>53,20</b>
<b>NOTA FINAL DA LICITANTE (MÉDIA DOS JURADOS)</b>	<b>53,20</b>			
JURADO 1: Fernanda Ferreira de Castro Fontinha de Souza				
JURADO 2: Cáren da Cruz Batista Regis				
JURADO 3: Sônia Maria Haas				

Em seguida, foi analisada a CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES E PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO das Licitantes. As notas dos membros da Subcomissão Técnica estão apresentadas nos quadros a seguir:

<b>JULGAMENTO TÉCNICO CAPACIDADE, REPERTÓRIO, RELATOS - CONCORRÊNCIA Nº 0080/2019</b>				
<b>LICITANTE: BRASIL84</b>				
<b>Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>JURADO 1</b>	<b>JURADO 2</b>	<b>JURADO 3</b>	<b>MÉDIA</b>
<b>2.2.2 Capacidade de Atendimento (15 pontos)</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>
<b>Experiência em Publicidade (8 pontos)</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>
a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;	8,00	8,00	8,00	8,00
b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;	8,00	8,00	8,00	8,00
<b>Recursos humanos, materiais e procedimentos (4 pontos)</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>
c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que manterá a disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;	4,00	4,00	4,00	4,00
d) a operacionalidade do relacionamento entre o CONTRATANTE e a licitante, esquematizado na Proposta;	4,00	4,00	4,00	4,00
e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;	4,00	4,00	4,00	4,00
<b>Informações de Marketing e Comunicação (3 pontos)</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>
f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	3,00	3,00	3,00	3,00
<b>2.2.3 Repertório (10 pontos)</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>
a) a ideia criativa e sua pertinência; (5 pontos)	5,00	5,00	5,00	5,00
b) a clareza das peças; (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
c) a qualidade da execução e do acabamento. (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
<b>2.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 pontos)</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>
a) a concatenação lógica da exposição; (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
b) a evidência de planejamento publicitário; (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
c) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
d) a relevância dos resultados apresentados. (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
<b>NOTA FINAL DOS JURADOS</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>
<b>NOTA FINAL DA LICITANTE (MÉDIA DOS JURADOS)</b>	<b>35,00</b>			
JURADO 1: Fernanda Ferreira de Castro Fontainha de Souza				
JURADO 2: Cáren da Cruz Batista Regis				
JURADO 3: Sônia Maria Haas				

<b>JULGAMENTO TÉCNICO CAPACIDADE, REPERTÓRIO, RELATOS - CONCORRÊNCIA Nº 0080/2019</b>				
<b>LICITANTE: CDLJ - YAYA COMUNICAÇÃO</b>				
<b>Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>JURADO 1</b>	<b>JURADO 2</b>	<b>JURADO 3</b>	<b>MÉDIA</b>
<b>2.2.2 Capacidade de Atendimento (15 pontos)</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>
<b>Experiência em Publicidade (8 pontos)</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>
a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;	8,00	8,00	8,00	8,00
b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;	8,00	8,00	8,00	8,00
<b>Recursos humanos, materiais e procedimentos (4 pontos)</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>
c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que manterá a disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;	4,00	4,00	4,00	4,00
d) a operacionalidade do relacionamento entre o CONTRATANTE e a licitante, esquematizado na Proposta;	4,00	4,00	4,00	4,00
e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;	4,00	4,00	4,00	4,00
<b>Informações de Marketing e Comunicação (3 pontos)</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>
f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	3,00	3,00	3,00	3,00
<b>2.2.3 Repertório (10 pontos)</b>	<b>9,00</b>	<b>9,00</b>	<b>9,00</b>	<b>9,00</b>
a) a ideia criativa e sua pertinência; (5 pontos)	4,00	4,00	4,00	4,00
b) a clareza das peças; (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
c) a qualidade da execução e do acabamento. (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
<b>2.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 pontos)</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>
a) a concatenação lógica da exposição; (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
b) a evidência de planejamento publicitário; (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
c) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
d) a relevância dos resultados apresentados. (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
<b>NOTA FINAL DOS JURADOS</b>	<b>34,00</b>	<b>34,00</b>	<b>34,00</b>	<b>34,00</b>
<b>NOTA FINAL DA LICITANTE (MÉDIA DOS JURADOS)</b>	<b>34,00</b>			
Obs: Texto dos Relato 1 e 2 com 3 páginas. Não apresentou data de veiculação e produção da peça Outddor Refis 2019 de São Sebastião do Passé.				
Apresentou uma peça criada para a própria agência.				
JURADO 1: Fernanda Ferreira de Castro Fontainha de Souza				
JURADO 2: Cáren da Cruz Batista Regis				
JURADO 3: Sônia Maria Haas				

<b>JULGAMENTO TÉCNICO CAPACIDADE, REPERTÓRIO, RELATOS - CONCORRÊNCIA Nº 0080/2019</b>				
<b>LICITANTE: GRITO PROPAGANDA</b>				
<b>Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>JURADO 1</b>	<b>JURADO 2</b>	<b>JURADO 3</b>	<b>MÉDIA</b>
<b>2.2.2 Capacidade de Atendimento (15 pontos)</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>
<b>Experiência em Publicidade (8 pontos)</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>
a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;	8,00	8,00	8,00	8,00
b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;	8,00	8,00	8,00	8,00
<b>Recursos humanos, materiais e procedimentos (4 pontos)</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>
c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que manterá a disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;	4,00	4,00	4,00	4,00
d) a operacionalidade do relacionamento entre o CONTRATANTE e a licitante, esquematizado na Proposta;	4,00	4,00	4,00	4,00
e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;	4,00	4,00	4,00	4,00
<b>Informações de Marketing e Comunicação (3 pontos)</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>
f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	3,00	3,00	3,00	3,00
<b>2.2.3 Repertório (10 pontos)</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>
a) a ideia criativa e sua pertinência; (5 pontos)	5,00	5,00	5,00	5,00
b) a clareza das peças; (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
c) a qualidade da execução e do acabamento. (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
<b>2.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 pontos)</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>
a) a concatenação lógica da exposição; (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
b) a evidência de planejamento publicitário; (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
c) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
d) a relevância dos resultados apresentados. (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
<b>NOTA FINAL DOS JURADOS</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>
<b>NOTA FINAL DA LICITANTE (MÉDIA DOS JURADOS)</b>	<b>35,00</b>			
JURADO 1: Fernanda Ferreira de Castro Fontainha de Souza				
JURADO 2: Cáren da Cruz Batista Regis				
JURADO 3: Sônia Maria Haas				

<b>JULGAMENTO TÉCNICO CAPACIDADE, REPERTÓRIO, RELATOS - CONCORRÊNCIA Nº 0080/2019</b>				
<b>LICITANTE: OBJECTIVA</b>				
<b>Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>JURADO 1</b>	<b>JURADO 2</b>	<b>JURADO 3</b>	<b>MÉDIA</b>
<b>2.2.2 Capacidade de Atendimento (15 pontos)</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>
<b>Experiência em Publicidade (8 pontos)</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>
a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;	8,00	8,00	8,00	8,00
b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;	8,00	8,00	8,00	8,00
<b>Recursos humanos, materiais e procedimentos (4 pontos)</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>
c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que manterá a disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;	4,00	4,00	4,00	4,00
d) a operacionalidade do relacionamento entre o CONTRATANTE e a licitante, esquematizado na Proposta;	4,00	4,00	4,00	4,00
e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;	4,00	4,00	4,00	4,00
<b>Informações de Marketing e Comunicação (3 pontos)</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>
f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	3,00	3,00	3,00	3,00
<b>2.2.3 Repertório (10 pontos)</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>
a) a ideia criativa e sua pertinência; (5 pontos)	5,00	5,00	5,00	5,00
b) a clareza das peças; (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
c) a qualidade da execução e do acabamento. (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
<b>2.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 pontos)</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>
a) a concatenação lógica da exposição; (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
b) a evidência de planejamento publicitário; (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
c) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
d) a relevância dos resultados apresentados. (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
<b>NOTA FINAL DOS JURADOS</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>
<b>NOTA FINAL DA LICITANTE (MÉDIA DOS JURADOS)</b>	<b>35,00</b>			
JURADO 1: Fernanda Ferreira de Castro Fontainha de Souza				
JURADO 2: Cáren da Cruz Batista Regis				
JURADO 3: Sônia Maria Haas				

<b>JULGAMENTO TÉCNICO CAPACIDADE, REPERTÓRIO, RELATOS - CONCORRÊNCIA Nº 0080/2019</b>				
<b>LICITANTE: SLA</b>				
<b>Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>JURADO 1</b>	<b>JURADO 2</b>	<b>JURADO 3</b>	<b>MÉDIA</b>
<b>2.2.2 Capacidade de Atendimento (15 pontos)</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>
<b>Experiência em Publicidade (8 pontos)</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>
a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;	8,00	8,00	8,00	8,00
b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;	8,00	8,00	8,00	8,00
<b>Recursos humanos, materiais e procedimentos (4 pontos)</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>
c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que manterá a disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;	4,00	4,00	4,00	4,00
d) a operacionalidade do relacionamento entre o CONTRATANTE e a licitante, esquematizado na Proposta;	4,00	4,00	4,00	4,00
e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;	4,00	4,00	4,00	4,00
<b>Informações de Marketing e Comunicação (3 pontos)</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>
f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	3,00	3,00	3,00	3,00
<b>2.2.3 Repertório (10 pontos)</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>
a) a ideia criativa e sua pertinência; (5 pontos)	5,00	5,00	5,00	5,00
b) a clareza das peças; (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
c) a qualidade da execução e do acabamento. (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
<b>2.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 pontos)</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>
a) a concatenação lógica da exposição; (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
b) a evidência de planejamento publicitário; (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
c) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
d) a relevância dos resultados apresentados. (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
<b>NOTA FINAL DOS JURADOS</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>
<b>NOTA FINAL DA LICITANTE (MÉDIA DOS JURADOS)</b>	<b>35,00</b>			
JURADO 1: Fernanda Ferreira de Castro Fontainha de Souza				
JURADO 2: Cáren da Cruz Batista Regis				
JURADO 3: Sônia Maria Haas				

<b>JULGAMENTO TÉCNICO CAPACIDADE, REPERTÓRIO, RELATOS - CONCORRÊNCIA Nº 0080/2019</b>				
<b>LICITANTE: TEMPO PROPAGANDA</b>				
<b>Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>JURADO 1</b>	<b>JURADO 2</b>	<b>JURADO 3</b>	<b>MÉDIA</b>
<b>2.2.2 Capacidade de Atendimento (15 pontos)</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>
<b>Experiência em Publicidade (8 pontos)</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>
a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;	8,00	8,00	8,00	8,00
b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;	8,00	8,00	8,00	8,00
<b>Recursos humanos, materiais e procedimentos (4 pontos)</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>
c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que manterá a disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;	4,00	4,00	4,00	4,00
d) a operacionalidade do relacionamento entre o CONTRATANTE e a licitante, esquematizado na Proposta;	4,00	4,00	4,00	4,00
e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;	4,00	4,00	4,00	4,00
<b>Informações de Marketing e Comunicação (3 pontos)</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>
f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	3,00	3,00	3,00	3,00
<b>2.2.3 Repertório (10 pontos)</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>
a) a ideia criativa e sua pertinência; (5 pontos)	5,00	5,00	5,00	5,00
b) a clareza das peças; (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
c) a qualidade da execução e do acabamento. (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
<b>2.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 pontos)</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>
a) a concatenação lógica da exposição; (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
b) a evidência de planejamento publicitário; (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
c) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
d) a relevância dos resultados apresentados. (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
<b>NOTA FINAL DOS JURADOS</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>
<b>NOTA FINAL DA LICITANTE (MÉDIA DOS JURADOS)</b>	<b>35,00</b>			
JURADO 1: Fernanda Ferreira de Castro Fontainha de Souza				
JURADO 2: Cáren da Cruz Batista Regis				
JURADO 3: Sônia Maria Haas				



<b>JULGAMENTO TÉCNICO CAPACIDADE, REPERTÓRIO, RELATOS - CONCORRÊNCIA Nº 0080/2019</b>				
<b>LICITANTE: ÚNICA</b>				
<b>Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>JURADO 1</b>	<b>JURADO 2</b>	<b>JURADO 3</b>	<b>MÉDIA</b>
<b>2.2.2 Capacidade de Atendimento (15 pontos)</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>
<b>Experiência em Publicidade (8 pontos)</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>
a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;	8,00	8,00	8,00	8,00
b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;	8,00	8,00	8,00	8,00
<b>Recursos humanos, materiais e procedimentos (4 pontos)</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>
c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que manterá a disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;	4,00	4,00	4,00	4,00
d) a operacionalidade do relacionamento entre o CONTRATANTE e a licitante, esquematizado na Proposta;	4,00	4,00	4,00	4,00
e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;	4,00	4,00	4,00	4,00
<b>Informações de Marketing e Comunicação (3 pontos)</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>
f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	3,00	3,00	3,00	3,00
<b>2.2.3 Repertório (10 pontos)</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>
a) a ideia criativa e sua pertinência; (5 pontos)	5,00	5,00	5,00	5,00
b) a clareza das peças; (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
c) a qualidade da execução e do acabamento. (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
<b>2.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 pontos)</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>
a) a concatenação lógica da exposição; (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
b) a evidência de planejamento publicitário; (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
c) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
d) a relevância dos resultados apresentados. (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
<b>NOTA FINAL DOS JURADOS</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>
<b>NOTA FINAL DA LICITANTE (MÉDIA DOS JURADOS)</b>	<b>35,00</b>			
Obs: Apresentou Relato 2 com 3 páginas.				
JURADO 1: Fernanda Ferreira de Castro Fontainha de Souza				
JURADO 2: Cáren da Cruz Batista Regis				
JURADO 3: Sônia Maria Haas				

<b>JULGAMENTO TÉCNICO CAPACIDADE, REPERTÓRIO, RELATOS - CONCORRÊNCIA Nº 0080/2019</b>				
<b>LICITANTE: W4</b>				
<b>Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>JURADO 1</b>	<b>JURADO 2</b>	<b>JURADO 3</b>	<b>MÉDIA</b>
<b>2.2.2 Capacidade de Atendimento (15 pontos)</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>	<b>15,00</b>
<b>Experiência em Publicidade (8 pontos)</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>	<b>8,00</b>
a) o tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;	8,00	8,00	8,00	8,00
b) a adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;	8,00	8,00	8,00	8,00
<b>Recursos humanos, materiais e procedimentos (4 pontos)</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>	<b>4,00</b>
c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que manterá a disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;	4,00	4,00	4,00	4,00
d) a operacionalidade do relacionamento entre o CONTRATANTE e a licitante, esquematizado na Proposta;	4,00	4,00	4,00	4,00
e) a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;	4,00	4,00	4,00	4,00
<b>Informações de Marketing e Comunicação (3 pontos)</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>	<b>3,00</b>
f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CONTRATANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	3,00	3,00	3,00	3,00
<b>2.2.3 Repertório (10 pontos)</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>
a) a ideia criativa e sua pertinência; (5 pontos)	5,00	5,00	5,00	5,00
b) a clareza das peças; (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
c) a qualidade da execução e do acabamento. (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
<b>2.2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10 pontos)</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>	<b>10,00</b>
a) a concatenação lógica da exposição; (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
b) a evidência de planejamento publicitário; (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
c) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; (3 pontos)	3,00	3,00	3,00	3,00
d) a relevância dos resultados apresentados. (2 pontos)	2,00	2,00	2,00	2,00
<b>NOTA FINAL DOS JURADOS</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>	<b>35,00</b>
<b>NOTA FINAL DA LICITANTE (MÉDIA DOS JURADOS)</b>	<b>35,00</b>			
JURADO 1: Fernanda Ferreira de Castro Fontainha de Souza				
JURADO 2: Cáren da Cruz Batista Regis				
JURADO 3: Sônia Maria Haas				

Os trabalhos da Subcomissão Técnica foram finalizados no dia 30 de julho, dentro das perspectivas solicitadas no Edital, conjugando todas as informações das propostas aqui mencionadas. Os Envelopes nºs 01 e 03, juntamente com a presente ata e os relatórios de julgamentos individuais de cada Jurada, foram entregues à Comissão de Licitação da COMPANHIA DE GÁS DA BAHIA – BAHIA GÁS.

Salvador, 30 de julho de 2020.

FERNANDA FERREIRA DE CASTRO FONTAINHA DE SOUZA

CÁREN DA CRUZ BATISTA REGIS

SÔNIA MARIA HAAS