

Diretoria de Comunicação Social
Praça Marechal Deodoro, 319,
Anexo I – Centro – 4º andar
Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

JUSTIFICATIVAS DAS NOTAS DA PROPOSTA TÉCNICA

JULGADOR: CRISTIANO SOARES

Plano de Comunicação Publicitária

(Pontuação máxima 65 pontos, sendo 5 para Raciocínio Básico, 20 para Estratégia de Comunicação, 25 para Ideia Criativa e 15 para Estratégia de Mídia e Não Mídia)

Licitante 1		
a) Raciocínio Básico	4	Apresenta compreensão das características do Judiciário, porém prescinde de entendimento sobre “desafogamento de processos”
b) Estratégia de Comunicação	18	As informações dos dados percentuais estão sem a fonte consultada
c) Ideia Criativa	21	A linguagem da comunicação não contempla o público proposto.
d) Estratégia de mídia e não mídia	13	- Concentração de verba numa emissora desprivilegia outra que possui programação direcionada ao público proposto. - Cidades com mais de 70.000 habitantes como Palmeira dos Índios (IBGE 2010), poderiam ter rádios inclusas como mídia de divulgação da campanha
Total	56	

X

Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

Licitante 2		
a) Raciocínio Básico	2	Não apresenta compreensão das características do Judiciário alagoano
b) Estratégia de Comunicação	13	Ausência da compreensão e de argumentação sobre a estratégia a ser seguida.
c) Ideia Criativa	13	Peças apresentam uma série de repetições do símbolo do Judiciário alagoano. Ausência de senso estético na finalização das peças
d) Estratégia de mídia e não mídia	3	Valor sugerido para a estratégia de mídia ultrapassa a verba disponibilizada
Total	31	

	Licitante 3	
a) Raciocínio Básico	3	Apesar da compreensão do funcionamento do Judiciário, faltou clareza ao apresentar as fontes de dados apresentados.
b) Estratégia de Comunicação	15	Carece de clareza na argumentação para execução da estratégia, tendo em vista o desafio de atingir diversos tipos de público-alvo.
c) Ideia Criativa	17	A ideia criativa apresenta pouca originalidade.
d) Estratégia de mídia e não mídia	10	A distribuição de verba não condiz com os hábitos de consumo
Total	45	

Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

Licitante 4		
a) Raciocínio Básico	5	Compreensão das características do Judiciário alagoano e do desafio que foi proposto
b) Estratégia de Comunicação	19	Estratégia coesa, porém, faltou um detalhamento maior de como será trabalhado os perfis de cada público.
c) Ideia Criativa	24	A ideia criativa é original e existe uma boa concepção estética, porém, carece de uma defesa melhor da eficácia do entendimento pelo público-alvo.
d) Estratégia de mídia e não mídia	13	Os hábitos de consumo de comunicação do público-alvo deveriam ser mais explorados
Total	61	



Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

Licitante 5		
a) Raciocínio Básico	4	Mostrou conhecimento das características gerais do Poder Judiciário de Alagoas, porém, faltou explorar mais os pontos relacionados à conciliação de processos
b) Estratégia de Comunicação	19	Houve compreensão do desafio de comunicação, mas o argumento não tem o impacto suficiente para todos os públicos alvo
c) Ideia Criativa	19	Apesar de bem finalizadas, as peças usam cores que transmitem pouca seriedade à campanha
d) Estratégia de mídia e não mídia	13	Mídias de massa poderiam ser exploradas
Total	55	

11

Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

Licitante 6		
a) Raciocínio Básico	3	- Dados e porcentagens carecem de fontes. - Falta aprofundamento nas características do Judiciário alagoano
b) Estratégia de Comunicação	19	- A comunicação com as 3 vertentes é um pouco confusa, porém a redação é criativa
c) Ideia Criativa	16	- Falta de originalidade na construção das peças - Diversas identidades visuais diferentes, deixando a campanha confusa e sem consistência
d) Estratégia de mídia e não mídia	10	A abrangência no uso de diversas mídias com inúmeras identidades visuais fazem com que a estratégia de mídia não tenha consistência
Total	48	

X

Diretoria de Comunicação Social
Praça Marechal Deodoro, 319,
Anexo I – Centro – 4º andar
Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

Capacidade de Atendimento (máximo 15 pontos), Repertório (máximo 10 pontos) e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo 10 pontos)

Agência Um		
Capacidade de Atendimento	15	Clientes relevantes, currículo dos profissionais adequam-se às necessidades do Judiciário alagoano e boa infraestrutura.
Repertório	10	Ideias criativas, originais e a qualidade no acabamento das peças condizem com a necessidade do Judiciário alagoano.
Relatos de soluções de problemas	10	Os planejamentos de propaganda são consistentes, propostas adequadas para estratégias de comunicação e resultados apresentados são relevantes.

Clorus		
Capacidade de Atendimento	11	Profissionais apresentam bom nível curricular, porém a pouca quantidade e concentração de profissionais na área de criação não atende completamente às necessidades do Judiciário.
Repertório	9	Relevância e originalidade nas campanhas apresentadas, peças bem finalizadas, porém o ator escolhido para o VT da peça “Seja você, Seja Cesmac” não transmite segurança para o papel, deixando a desejar.
Relatos de soluções de problemas	10	Os relatos e soluções apresentados transmitem consistência e relevância.

X

Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

LaBox		
Capacidade de Atendimento	11	Profissionais apresentam bom nível curricular, porém em número reduzido, não suprimindo completamente as necessidades do Judiciário.
Repertório	8	A peça "Ao Farmacêutico" necessita de uma melhor arte-finalização. A peça " Outdoor Maikai" não apresenta originalidade ou criatividade, ambas não servem de referência para possíveis peças que venham a ser produzidas para o Judiciário alagoano.
Relatos de soluções de problemas	8	A peça "Palmeira, terra boa de viver" não transmitiu com relevância os resultados obtidos.

BCCOM		
Capacidade de Atendimento	11	A pequena lista de clientes apresentados e o número reduzido de profissionais não suprem completamente as necessidades do Judiciário alagoano.
Repertório	7	O case da campanha "Casal 50 anos" foi desclassificado pela comissão de licitação.
Relatos de soluções de problemas	5	O case da campanha "reduzir perdas é cuidar do nosso maior bem" foi desclassificado pela comissão de licitação.

Diretoria de Comunicação Social
Praça Marechal Deodoro, 319,
Anexo I – Centro – 4º andar
Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

SIX		
Capacidade de Atendimento	14	Profissionais apresentam bom nível curricular e outros pontos apresentados são bastante relevantes, porém o prazo de campanhas e projetos gráficos “complexos”, as quais não são descritos, apresentam prazos excessivos e incompatíveis com as necessidades do Judiciário alagoano.
Repertório	10	Ideias criativas, originais e a qualidade no acabamento das peças condizem com a necessidade do Judiciário alagoano.
Relatos de soluções de problemas	10	Planejamentos publicitários consistentes, propostas adequadas para estratégias de comunicação e os resultados apresentados são relevantes.

Artecetera		
Capacidade de Atendimento	15	Clientes relevantes, currículo dos profissionais adequam-se às necessidades do Judiciário alagoano e boa infraestrutura.
Repertório	09	Repertório de peças originais e bem finalizadas, porém o vídeo produzido para a campanha da OAB sobre o Processo Eletrônico é pouco dinâmico.
Relatos de soluções de problemas	10	Planejamentos publicitários consistentes, propostas adequadas para estratégias de comunicação e os resultados apresentados são relevantes.

Diretoria de Comunicação Social
Praça Marechal Deodoro, 319,
Anexo I – Centro – 4º andar
Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

JULGADOR: ISAAC NEVES

Plano de Comunicação Publicitária

(Pontuação máxima 65 pontos, sendo 5 para Raciocínio Básico, 20 para Estratégia de Comunicação, 25 para Ideia Criativa e 15 para Estratégia de Mídia e Não Mídia)

Licitante 1		
a) Raciocínio Básico	3	Apresenta compreensão razoável das características do Judiciário e do desafio do briefing, mas sequer menciona algo sobre a comunicação do Judiciário.
b) Estratégia de Comunicação	20	Estratégia adequada, logicamente consistente e exequível.
c) Ideia Criativa	25	Ideia adequada, original, simples e exequível.
d) Estratégia de mídia e não mídia	11	O espelho de mídia apresentado não contém orçamento para todas as peças apresentadas. Verbas para TV muito concentradas em uma emissora (TV Gazeta). Municípios escolhidos para divulgação por rádio não são os mais populosos de Alagoas. Delmiro Gouveia (51.997) e Maragogi (32.171) estão bem abaixo de Rio Largo (75.645) e Palmeira dos Índios (73.878), segundo estimativa do IBGE para 2015.
Total	59	

Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

Licitante 2		
a) Raciocínio Básico	2	Não abordou as necessidades da comunicação do Judiciário de Alagoas em geral, apenas falou sobre a questão da conciliação e de forma pouco consistente, utilizando dados demográficos e sociais não relacionados, como acesso à rede coletora de esgoto.
b) Estratégia de Comunicação	13	Argumentação genérica e sem consistência.
c) Ideia Criativa	15	A ênfase na imagem de aperto de mão não é uma ideia original. A frase “É pra já” banaliza o instrumento processual da conciliação. Peças de baixa qualidade estética.
d) Estratégia de mídia e não mídia	5	Orçamento supera a verba indicada no briefing.
Total	35	

4

Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

Licitante 3		
a) Raciocínio Básico	4	Apresentou boa compreensão do Judiciário de Alagoas e das necessidades de comunicação do Judiciário, mas abordou de forma pouco objetiva o desafio proposto.
b) Estratégia de Comunicação	15	Faltou clareza em alguns pontos da explicitação da estratégia.
c) Ideia Criativa	18	Ideia é muito semelhante a utilizada em campanha do Conselho Nacional de Justiça sobre o tema. Faltou de originalidade.
d) Estratégia de mídia e não mídia	13	Estratégia consistente, porém deixou de incluir televisão, meio de grande alcance, e não justificou essa ausência.
Total	50	

Diretoria de Comunicação Social
Praça Marechal Deodoro, 319,
Anexo I – Centro – 4º andar
Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

Licitante 4		
a) Raciocínio Básico	4	Não abordou as questões das necessidades de comunicação do Tribunal.
b) Estratégia de Comunicação	17	Estratégia consistente, mas com argumentos pouco desenvolvidos.
c) Ideia Criativa	23	Conceito original, adequado e simples. Peça para rádio pouco criativa.
d) Estratégia de mídia e não mídia	14	Estratégia consistente. Faltou explorar mais a questão dos hábitos de consumo de comunicação do público.
Total	58	

	Licitante 5	
a) Raciocínio Básico	4	Deixou de apresentar compreensão geral das necessidades de comunicação do Judiciário de Alagoas.
b) Estratégia de Comunicação	19	Estratégia adequada e consistente. Porém, o título da campanha é muito semelhante ao slogan do Banco do Brasil, "Bom para todos".
c) Ideia Criativa	21	Design e cores não transmitem a seriedade necessária.
d) Estratégia de mídia e não mídia	9	Prioridade excessiva a ações de não mídia. Mídias de massa subutilizadas.
Total	53	

Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

Licitante 6		
a) Raciocínio Básico	3	Não apresentou uma compreensão geral da comunicação do Judiciário de Alagoas. Abordagem superficial sobre o desafio do briefing.
b) Estratégia de Comunicação	19	Estratégia adequada e consistente, porém carece um pouco de coesão entre 3 linhas de comunicação definidas para os três targets.
c) Ideia Criativa	15	Conceito visual pouco original, consistindo apenas na imagem de um aperto de mãos. Falta de coesão entre as mensagens textuais das peças.
d) Estratégia de mídia e não mídia	10	Falta de consistência na escolha das mídias, deixando diluído o impacto da campanha.
Total	47	

Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

Capacidade de Atendimento (máximo 15 pontos), Repertório (máximo 10 pontos) e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo 10 pontos)

Agência Um		
Capacidade de Atendimento	14	Clientes com porte e tradição. Número de profissionais suficientes. Experiência e qualificação dos profissionais adequadas. Infraestrutura física e de tecnologia adequadas. Informações de marketing, auditorias e pesquisas relevantes. Sistemática de atendimento pertinente, porém, o fato de a maior parte da estrutura ser em Recife pode prejudicar o relacionamento com o Tribunal. O texto da proposta se refere à “Assembleia Legislativa”, em vez de Tribunal de Justiça de Alagoas.
Repertório	10	Ideias criativas pertinentes. Peças bem executadas. Informações da fichas técnicas prestadas com clareza.
Relatos de soluções de problemas	10	As relações de causas e efeitos entre os problemas e as soluções foram explicitadas com consistência. Os resultados apresentados pelos relatos são relevantes.

Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

Clorus		
Capacidade de Atendimento	11	Número reduzido de profissionais. Além disso, a concentração de profissionais na área de criação da agência não atende satisfatoriamente as necessidades do Tribunal de Justiça.
Repertório	9	Ideias criativas pertinentes. Informações da fichas técnicas prestadas com clareza. A execução da peça do relato “Seja você, seja Cesmac” deixou a desejar, pois o ator não transmite visualmente a mensagem proposta.
Relatos de soluções de problemas	10	As relações de causas e efeitos entre os problemas e as soluções foram explicitadas com consistência. Os resultados apresentados pelos relatos são relevantes.

Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

LaBox		
Capacidade de Atendimento	11	Profissionais relativamente inexperientes e em número reduzido. Principais clientes apresentados restringem-se a prefeituras, faculdades e escolas, indicando inexperiência da agência para atender clientes do porte do Tribunal de Justiça.
Repertório	8	Carecem de criatividade/originalidade as peças produzidas para os clientes GPS Empreendimentos (Anúncio de revista), Ao Farmacêutico (Outbus) e Maikai (Outdoor).
Relatos de soluções de problemas	8	Os resultados do relato “Palmeira, terra boa de viver” foram descritos de forma pouco objetiva.

4

Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

BCCOM		
Capacidade de Atendimento	10	Lista principais de clientes apresentada é pequena e, com exceção de um, todos são voltados à atividade agropecuária, indicando inexperience da agência para atender clientes do porte e da natureza do Tribunal de Justiça. Profissionais relativamente inexperientes e em número reduzido.
Repertório	7	As peças produzidas para a Casal foram desconsideradas, por terem sido atestadas por um dos membros da comissão.
Relatos de soluções de problemas	4	Relato “reduzir perdas é cuidar do nosso maior bem” foi desclassificado por ter sido atestada por um dos membros da comissão.

SIX		
Capacidade de Atendimento	12	Os prazos para criação de campanhas e projetos gráficos “complexos”, ambos de 30 dias úteis, é excessivo.
Repertório	10	Ideias criativas pertinentes. Peças bem executadas. Informações das fichas técnicas prestadas com clareza.
Relatos de soluções de problemas	10	As relações de causas e efeitos entre os problemas e as soluções foram explicitadas com consistência. Os resultados apresentados pelos relatos são relevantes.

Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

Artecetera		
Capacidade de Atendimento	15	Clientes com porte e tradição. Número de profissionais suficientes. Experiência e qualificação dos profissionais adequadas. Infraestrutura física e de tecnologia adequadas. Sistemática de atendimento pertinente. Informações de marketing, auditorias e pesquisas relevantes.
Repertório	9	Ideias criativas pertinentes, porém o video tutorial sobre o Processo Eletrônico da OAB é cansativo e não tem originalidade. Peças bem executadas. Informações da fichas técnicas prestadas com clareza.
Relatos de soluções de problemas	10	As relações de causas e efeitos entre os problemas e as soluções foram explicitadas com consistência. Os resultados apresentados pelos relatos são relevantes.

Diretoria de Comunicação Social
Praça Marechal Deodoro, 319,
Anexo I – Centro – 4º andar
Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

JULGADORA: REJANE MEDEIROS

Plano de Comunicação Publicitária

(Pontuação máxima 65 pontos, sendo 5 para Raciocínio Básico, 20 para Estratégia de Comunicação, 25 para Ideia Criativa e 15 para Estratégia de Mídia e Não Mídia)

Licitante 1		
a) Raciocínio Básico	5	Apresenta compreensão das características do Poder Judiciário de Alagoas e do papel da comunicação
b) Estratégia de Comunicação	18	Estratégia sem delimitação do target. Abrange públicos distintos que necessitam de comunicação específica e adequação da mensagem
c) Ideia Criativa	20	Parcialmente adequada. Não apresentou linguagem específica ao público proposto na estratégia de comunicação
d) Estratégia de mídia e não mídia	14	Espelho de mídia não contemplou orçamento de todas as peças sugeridas, a exemplo do empena.
Total	57	

Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

Licitante 2		
a) Raciocínio Básico	3	Não apresentou conhecimento adequado das características gerais do Poder Judiciário de Alagoas
b) Estratégia de Comunicação	15	Faltou compreensão e consistência lógica na argumentação estratégica. Não se trata de posicionamento institucional do Tribunal de Justiça de Alagoas
c) Ideia Criativa	15	A proposição de ideias se confundem e a repetição do símbolo do Poder Judiciário se distancia da originalidade da combinação dos elementos
d) Estratégia de mídia e não mídia	5	As sugestões das mídias ultrapassaram a verba disponibilizada
Total	38	

4

Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

Licitante 3		
a) Raciocínio Básico	4	Apresenta compreensão sobre o Tribunal de Justiça mas não identifica com clareza o desafio da comunicação proposto
b) Estratégia de Comunicação	16	A estratégia de comunicação defendida não contempla a argumentação para executar o desafio de comunicação identificado
c) Ideia Criativa	16	Apresentou distanciamento do universo cultural do público alvo
d) Estratégia de mídia e não mídia	12	Distribuição inapropriada de verba e não demonstrou conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do target para qual será direcionado a campanha
Total	48	

Diretoria de Comunicação Social
Praça Marechal Deodoro, 319,
Anexo I – Centro – 4º andar
Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

Licitante 4		
a) Raciocínio Básico	5	Conhecimento das características gerais do Tribunal de Justiça
b) Estratégia de Comunicação	19	Faltou a explicação de como será trabalhado cada perfil de público que será impactado
c) Ideia Criativa	21	A ideia criativa se aproxima do desafio de comunicação. Apresenta originalidade mas prescinde de absoluta clareza. A metáfora da corda da margem a interpretações desfavoráveis em questões conciliatórias
d) Estratégia de mídia e não mídia	14	Faltou especificação de dados de hábitos de consumo de comunicação do público alvo
Total	59	

Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

Licitante 5		
a) Raciocínio Básico	5	Apresentou conhecimento das características gerais do Poder Judiciário de Alagoas e do desafio de comunicação
b) Estratégia de Comunicação	18	Atende ao desafio de comunicação mas o argumento não tem impacto para todos os públicos envolvidos
c) Ideia Criativa	20	Pouca originalidade. Sobrecarrega a unidade do discurso com desdobramentos comunicativos excessivos, distanciando do mote proposto no desafio de comunicação
d) Estratégia de mídia e não mídia	13	Deu prioridade a ações de não mídia. Faltou explorar mídia de massa que desse credibilidade e maior alcance a campanha
Total	56	

Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

Licitante 6		
a) Raciocínio Básico	3	Conhecimento superficial do Poder Judiciário de Alagoas. Compreensão voltada para aspectos gerais do Direito carecendo de embasamento teórico para algumas afirmações
b) Estratégia de Comunicação	15	Proposição estratégica confusa ao defender a comunicação com as 3 vertentes de públicos distanciado do objetivo proposto
c) Ideia Criativa	15	Falta originalidade na combinação dos elementos constitutivos da peças publicitárias
d) Estratégia de mídia e não mídia	10	A abrangência na definição do target diluiu o esforço de comunicação. Já que o número de inserções em cada mídia não se configura numa programação concentrada.
Total	43	

4

Diretoria de Comunicação Social
Praça Marechal Deodoro, 319,
Anexo I – Centro – 4º andar
Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

Capacidade de Atendimento (máximo 15 pontos), Repertório (máximo 10 pontos) e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo 10 pontos)

Agência Um		
Capacidade de Atendimento	15	Relevância dos clientes atendidos. Número de profissionais envolvidos no Job. Adequação da infraestrutura física. Experiência curricular dos profissionais da agência. Boa infraestrutura de tecnologia de informação, segurança dos backup's equipamentos de transmissão de dados. Número de licença de softwares, número de computadores, notebooks, impressos.
Repertório	10	Apresenta variedade de peças publicitárias nas mídias tradicionais como televisão, rádio, jornal. Qualidade e acabamento e finalização das peças. Clareza nas informações e na execução dos trabalhos.
Relatos de soluções de problemas	10	Consistência do planejamento publicitário e adequada proposta estratégica para resolução do problema de comunicação. Dimensão e resultados positivos apresentados da campanha publicitária.

Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

Clorus		
Capacidade de Atendimento	10	A adequação do número de profissionais distribuídos por cada área da agência de publicidade está concentrada no departamento de criação, distanciamento da estratégia de comunicação publicitária do poder judiciário de Alagoas. Nos recursos materiais não foram especificados os softwares disponíveis de gerenciamento de dados, segurança de backups e número de licenças. O prazo médio para apresentação de solução de comunicação é longo.
Repertório	9	A exposição de motivos para resolver o problema de comunicação do case Cesmac: “Seja você, seja Cesmac” não está condizente com a ideia criativa. A expressão do ator não ajuda no convencimento do argumento.
Relatos de soluções de problemas	10	As soluções apresentadas pelo problema de comunicação mostram consistência no planejamento publicitário e importância nos resultados alcançados.

4

Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

LaBox		
Capacidade de Atendimento	9	Apresenta carteira de principais clientes num mesmo segmento como prefeituras do interior, faculdades e escolas particulares. Número reduzido de profissionais para cada departamento da agência. Pequena experiência dos profissionais envolvidos no Job.
Repertório	7	A proposição de ideias do material impresso são bastante simples. Os acabamentos das peças são modestas e não apresentam originalidade.
Relatos de soluções de problemas	8	No planejamento publicitário para a campanha Palmeira, terra boa de viver nos foi descrito com detalhes os resultados obtidos. O case do “UNILINGUAS” apresenta pouca variedade de peças / material de divulgações.

Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

BCCOM		
Capacidade de Atendimento	7	Carteira reduzida de clientes de porte com atividade publicitária voltada para produção de campanhas de comunicação de massa. Número reduzido de profissionais nos departamentos da agência de publicidade.
Repertório	7	Cases “Casal 50 anos” desclassificado pela comissão de licitação por motivo de atesto da campanha, por um dos membros da comissão julgadora.
Relatos de soluções de problemas	5	Case “reduzir perdas é cuidar do nosso maior bem” desclassificado pela comissão de licitação por membro de atesto de relato por um dos membros da comissão julgadora.

Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

SIX		
Capacidade de Atendimento	15	Os clientes atendidos têm porte e tradição no mercado alagoano. Os profissionais elencados possuem experiência e tempo de serviço no mercado. As instalações físicas, estrutura e recursos materiais disponíveis atendem à execução do contrato do Tribunal de Justiça. Relevante acervo de livros, banco de dados, backups e licenças de software.
Repertório	10	Ampla repertório de peças publicitárias com variedade e qualidade na execução. Clareza, objetividade e originalidade no material apresentado.
Relatos de soluções de problemas	10	Os casos apresentados demonstram evidência de planejamento publicitário consistência na resolução do problema, originalidade na ideia e resultados positivos alcançados.

8

Diretoria de Comunicação Social

Praça Marechal Deodoro, 319,

Anexo I – Centro – 4º andar

Tel.: 82.4009.3141 / 3240 - e-mail: imprensa@tjal.jus.br

Artecetera		
Capacidade de Atendimento	15	Os clientes atendidos são de diversos segmentos de mercado, possuem tradição e porte em Alagoas. Corpo funcional com larga experiência publicitária. Infraestrutura, instalações, recursos materiais de boa qualidade. Disponibilização de softwares atualizados de gerenciamento de contas publicitárias.
Repertório	09	Apresenta um repertório de peças de originalidade mediana com pouca diversificação de formatos publicitários concentrados na sua maioria a um único cliente: UNIMED
Relatos de soluções de problemas	10	Os cases apresentados UNIMED e SUPERPIZZA apontam evidência de planejamento das ações e resultados positivos nas soluções dos problemas de comunicação.

8

Notas da proposta Técnica

Julgador: Rejane Ferreira						
I - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)	Licitante 01	Licitante 02	Licitante 03	Licitante 04	Licitante 05	Licitante 06
a) Raciocínio básico: 05 (cinco)	5	3	4	5	5	3
b) Estratégico de comunicação: 20 (vinte)	18	15	16	19	18	15
c) Ideia criativa: 25 (vinte e cinco)	20	15	16	21	20	15
d) Estratégia de mídia e não mídia: 15 (quinze)	14	5	12	14	13	10
Pontuação do Plano de Comunicação	57	38	48	59	56	43

Notas da proposta Técnica

Julgador: Cristiano Soares						
I - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)	Licitante 01	Licitante 02	Licitante 03	Licitante 04	Licitante 05	Licitante 06
a) Raciocínio básico: 05 (cinco)	4	2	3	5	4	3
b) Estratégico de comunicação: 20 (vinte)	18	13	15	19	19	19
c) Ideia criativa: 25 (vinte e cinco)	21	13	17	24	19	16
d) Estratégia de mídia e não mídia: 15 (quinze)	13	3	10	13	13	10
Pontuação do Plano de Comunicação	56	31	45	61	55	48

Notas da proposta Técnica

Julgador: Isaac Neves						
I - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)	Licitante 01	Licitante 02	Licitante 03	Licitante 04	Licitante 05	Licitante 06
a) Raciocínio básico: 05 (cinco)	3	2	4	4	4	3
b) Estratégico de comunicação: 20 (vinte)	20	13	15	17	19	19
c) Ideia criativa: 25 (vinte e cinco)	25	15	18	23	21	15
d) Estratégia de mídia e não mídia: 15 (quinze)	11	5	13	14	9	10
Pontuação do Plano de Comunicação	59	35	50	58	53	47

Ata 1º

	Licitante 01	Licitante 02	Licitante 03	Licitante 04	Licitante 05	Licitante 06
Soma Geral das três notas:	172	104	143	178	164	138
Média Geral das três notas:	57,3	34,7	47,7	59,3	54,7	46,0



8

Notas da proposta Técnica						
Julgador: Rejane Mécia Ferreira Medeiros						
II – Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)	Agência Um	Clorus	LaBox	BCCOM	SIX	Artecetera
	15	10	9	7	15	15
Pontuação do quesito II	15	10	9	7	15	15
III – Repertório: 10 (dez)	Agência Um	Clorus	LaBox	BCCOM	SIX	Artecetera
	10	9	7	7	10	9
Pontuação do quesito III	10	9	7	7	10	9
IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez)	Agência Um	Clorus	LaBox	BCCOM	SIX	Artecetera
	10	10	8	5	10	10
Pontuação do quesito IV	10	10	8	5	10	10
Pontuação Final Geral	35	29	24	19	35	34

Notas da proposta Técnica						
Julgador: Cristiano Soares						
II – Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)	Agência Um	Clorus	LaBox	BCCOM	SIX	Artecetera
	15	11	11	11	14	15
Pontuação do quesito II	15	11	11	11	14	15
III – Repertório: 10 (dez)	Agência Um	Clorus	LaBox	BCCOM	SIX	Artecetera



Ata 2º

Pontuação do quesito III	10	9	8	7	10	9
	10	9	8	7	10	9

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação 10 (dez)	Agência Um	Clorus	LaBox	BCCOM	SIX	Artecetera
	10	10	8	5	10	10
Pontuação do quesito IV	10	10	8	5	10	10

	Agência Um	Clorus	LaBox	BCCOM	SIX	Artecetera
Pontuação Final Geral	35	30	27	23	34	34

Notas da proposta Técnica

Julgador: Isaac Neves

II – Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)	Agência Um	Clorus	LaBox	BCCOM	SIX	Artecetera
	14	11	11	10	12	15
Pontuação do quesito II	14	11	11	10	12	15

III – Repertório: 10 (dez)	Agência Um	Clorus	LaBox	BCCOM	SIX	Artecetera
	10	9	8	7	10	9
Pontuação do quesito III	10	9	8	7	10	9

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação 10 (dez)	Agência Um	Clorus	LaBox	BCCOM	SIX	Artecetera
	10	10	8	4	10	10
Pontuação do quesito IV	10	10	8	4	10	10

	Agência Um	Clorus	LaBox	BCCOM	SIX	Artecetera
--	------------	--------	-------	-------	-----	------------



Ata 2º

Pontuação Final Geral	34	30	27	21	32	34
-----------------------	----	----	----	----	----	----

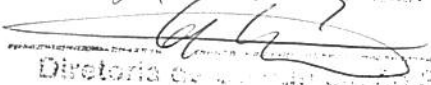
	Agência Um	Clorus	LaBox	BCCOM	SIX	Artecetera
Soma Geral das três notas:	104	89	78	63	101	102
Média Geral das três notas:	34,7	29,7	26,0	21,0	33,7	34,0



6

REMESSA

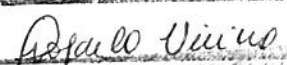
Nesta data, faço remessa destes autos:

P. C. A.
Maceió, 14 de Mayo de 2016

Diretoria de Administração Social

RECEBIMENTO

Recebi, nesta data, os presentes autos.

Maceió, 21 de Junho de 2016


Comissão Permanente de Licitação