CONCORRÊNCIA Nº 029.2025 – SEGOV

PLANILHAS DO INVÓLUCRO Nº 3 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

AGÊNCIA: MULATO COMUNICAÇÃO

JULGADOR 1: RODRIGO CÉSAR ROCHA QUEIROZ

NOTA DE CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO: 35,00

Capacidade de Atendimento – Nota: 15,00

a) **O porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um.**	Nota máxima do critério de avaliação: **3,00**	Nota do Julgador: **3,00**
Justificativa: A licitante apresenta em sua Capacidade de Atendimento 27 clientes, dentre os quais o North Shopping, com suas unidades de Fortaleza, Jóquei e Maracanaú, o Shopping Via Sul, o Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Ceará – CREA-CE, as águas minerais Indaiá e Minalba, o Hospital Oto, da Rede Kora Saúde, a Zenir, Móveis e Eletros, maior anunciante privado do Ceará, e a Prefeitura de Camocim.		

b) **A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e das qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da(o) ANUNCIANTE.**	Nota máxima do critério de avaliação: **3,00**	Nota do Julgador: **3,00**
Justificativa: A equipe tem 42 profissionais com experiência em atividades publicitárias, qualificados e assim distribuídos nos diversos núcleos: Estudo e Planejamento – 1; Criação – 19; Produção de Rádio, TV e Cinema – 2; Produção Gráfica – 1; Atendimento – 5; Mídia – 2; e Mídia Digital 12, sendo um gestor e 11 analistas de Social Media. Todos com formação de nível superior ou técnica e detentores de muitas premiações.		

selo unicef 2025-2028 25

c) **A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.**	Nota máxima do critério de avaliação: **3,00**	Nota do Julgador: **3,00**
Justificativa: A licitante tem suas instalações, infraestrutura e recursos materiais dispostos em sua sede no Edifício Novais Center, Avenida Desembargador Moreira, nº 2001, bairro Aldeota, em Fortaleza. Em ambientes climatizados e definidos de acordo com suas atribuições as equipes contam com uma rede de computadores e sinal de internet simultâneo oferecido por três operadoras. A agência afirma que existem espaços reservados para reuniões de trabalho, inclusive com clientes, e de descompressão, para os colaboradores.		

d) **A funcionalidade do relacionamento operacional entre a ANUNCIANTE e a licitante.**	Nota máxima do critério de avaliação: **3,00**	Nota do Julgador: **3,00**
Justificativa: Em texto e em um fluxograma a proponente apresenta a sequência de procedimentos que adota desde quando o profissional de atendimento recepciona o desafio de comunicação formulado pelo cliente. A partir daí o job segue o passo a passo pelos diversos núcleos sob a supervisão direta da administração superior. Todos os serviços são detalhados e fixados prazos para cada uma das operações a realizar. Se ocorrerem acréscimos, supressões ou cancelamentos todas as equipes são comunicadas e feitas às adequações. Os profissionais de atendimento contam com os meios de comunicação necessários para receber solicitações urgentes e adotar as providências necessárias.		

e) **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 a licitante colocará regularmente à disposição da(o) ANUNCIANTE.**	Nota máxima do critério de avaliação: **3,00**	Nota do Julgador: **3,00**
Justificativa: A licitante qualifica sua oferta de pesquisas ao colocar à disposição do Governo Municipal de São Gonçalo do Amarante as informações da Kantar IBOPE Mídia, empresa líder em inteligência de mídia na América Latina, reconhecida por medir a audiência de TV e outros meios. A pesquisa TGI – Target Group Index – TG BR 2025 R2 – RM Fortaleza – Pessoa – Copyrigth TGI LATINA estuda hábitos, atitudes e consumo de produtos, marcas e mídia (online e offline) da população da Região Metropolitana de Fortaleza. Só pode ser utilizada através de um contrato comercial que protege os dados com normas de confidencialidade e divulgação e supre a falta de estudos com dados específicos sobre os hábitos de consumo de comunicação da população de São Gonçalo do Amarante.		

selo unicef 25

Repertório – Nota: 10,00

a) **A originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação.**	Nota máxima do critério de avaliação: **3,34**	Nota do Julgador: **3,34**
Justificativa: Há originalidade nas peças do repertório revelada pelas abordagens e escolhas dos personagens. Na peça elaborada para o Colégio Luciano Feijão, tradicional educandário estabelecido em Sobral, o desafio era sensibilizar os possíveis públicos com uma campanha destinada a ampliar o número de alunos matriculados. A proponente concebeu uma solução criativa com base no orgulho de pertencer à instituição pela qualidade de seu ensino e a protagonista era uma aluna. Na peça a imagem da estudante evidencia uma linguagem corporal que remete a uma postura confiante, a determinação e orgulho de ser do colégio. No trabalho realizado para o CREA-CE, cujo propósito era estimular à contratação de profissionais regularizados, a figura do personagem confiante contrasta com a de um individuo sem as devidas qualificações para o exercício profissional.		

b) **A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo.**	Nota máxima do critério de avaliação: **3,33**	Nota do Julgador: **3,33**
Justificativa: As mensagens são claras e precisas. A linguagem adequada às características dos meios, dos públicos e dos produtos ofertados.		

c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.	Nota máxima do critério de avaliação: **3,33**	Nota do Julgador: **3,33**
Justificativa: As peças revelam a escolha criteriosa das soluções criativas e dos materiais, a maneira adequada como foram produzidas e o bom acabamento.		

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação 10,00

a) **A evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária.**	Nota máxima do critério de avaliação: **2,50**	Nota do Julgador: **2,50**
Justificativa: É possível identificar evidências de estudo, análise e planejamento estratégico na proposição de soluções publicitárias para os dois clientes cujos trabalhos são relatados.		

selo unicef 2025

b) A demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente.	Nota máxima do critério de avaliação: **2,50**	Nota do Julgador: **2,50**
Justificativa: O desafio de comunicação no lançamento da "nova" água mineral Indaiá era superar a percepção de consumidores que identificavam outro sabor na água proveniente de uma nova fonte. A solução criativa adotada foi obter aprovação através da degustação pelos públicos, inclusive influenciadores digitais. A utilização das mídias sociais revelaram os bons resultados produzidos pela comunicação: 59.928 curtidas; mais de 1.500 compartilhamentos; 22 milhões de sinalizações em reels; alcance de 2 milhões e 240 mil salvamentos. A Indaiá passou a ser a água mineral com maior número de seguidores no Norte e Nordeste e a mais lembrada em Recife, Pernambuco.		

c) A complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos.	Nota máxima do critério de avaliação: **2,50**	Nota do Julgador: **2,50**
Justificativa: Conquistar visibilidade e credibilidade para o Shopping Giga Mall em 2023 com uma campanha de inauguração foi um grande e complexo desafio. A concorrência no segmento era acirrada e grande o volume da publicidade dos concorrentes sendo veiculada. A solução criativa foi fazer um chamamento à população para participar do evento, inclusive com outdoor duplo instalado na área urbana da BR-116, em Fortaleza, anunciando "o maior shopping de compras do Ceará" com vendas no atacado e no varejo. "Com um backbus a agência pôs a mensagem circulando pela cidade e no VT de 30" a cantora Solange Almeida, ex-vocalista da Banda Aviões do Forró e fazendo carreira solo; sucesso inclusive nas redes sociais com 9 milhões de seguidores, "passeava" pelas dependências apresentado o empreendimento que oferecia salas comerciais, hotel, estacionamento exclusivo para ônibus rodoviários e depósitos para estoques. No decorrer dos três meses em que foi realizado o esforço publicitário foram vendidas 100 lojas e 70% dos espaços comercializados.		

selo unicef 25

d) O encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.	Nota máxima do critério de avaliação: **2,50**	Nota do Julgador: **2,50**
Justificativa: O encadeamento lógico de um texto se caracteriza pela coesão e coerência, usando **conectivos** e **sinônimos** para ligar ideias, criar progressão textual e garantir a harmonia entre parágrafos, evitando contradições e tornando a leitura fluida e argumentativa. O relato está assim desenvolvido.		

Rodrigo César Rocha Queiroz
CPF: 065.588.263-48

CONCORRÊNCIA Nº 029.2025 – SEGOV

PLANILHAS DO INVÓLUCRO Nº 3 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

AGÊNCIA: MULATO COMUNICAÇÃO

JULGADOR 2: LARA MARIA DE SOUSA LIMA

NOTA DE CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO: 35,00

Capacidade de Atendimento: 15,00

a) **O porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um.**	Nota máxima do critério de avaliação: **3,00**	Nota do Julgador: **3,00**
Justificativa: A agência tem anunciantes de médio e grande porte, inclusive a Zenir, Móveis e Eletrodomésticos, a maior anunciante de publicidade privada do Ceará. Também relaciona shoppings – o North Shopping Fortaleza, North Shopping Jóquei, North Shopping Maracanaú e o Shopping Via Sul - e as águas minerais Indaiá e Minalba do Grupo Edson Queiróz; o Hospital Oto da Rede Kora Saúde em Fortaleza, com três unidades, o **Oto Aldeota** (Pronto Atendimento na Avenida Antônio Sales, nº 990 e Eletivo na Rua Monsenhor Bruno, nº 2332), o **Oto Meireles** (Avenida Santos Dumont, nº 3371), e o **Oto Santos Dumont** (Av. Santos Dumont, nº 5633), oferecendo serviços de urgência/emergência, exames e atendimento eletivo. Ainda o Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Ceará – CREA-CE e a Prefeitura de Camocim.		

b) **A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e das qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da(o) ANUNCIANTE.**	Nota máxima do critério de avaliação: **3,00**	Nota do Julgador: **3,00**
Justificativa: O quadro de colaboradores é integrado por 42 profissionais com experiência em atividades publicitárias e adequada qualificação profissional: formação de nível superior e ou técnica, MBA e especializações. São detentores de premiações locais e internacional (Prêmio Lusófonos, Lisboa /Portugal) e o Núcleo de Mídia Digital é composto por um Gestor e 11 Analistas de Social Media.		

c) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.	Nota máxima do critério de avaliação: **3,00**	Nota do Julgador: **3,00**
Justificativa: Em sua sede na Avenida Desembargador Moreira, nº 2001, Aldeota, a licitante realiza todas as operações necessárias para o atendimento a seus clientes em ambientes climatizados e com sinal de internet fornecido por três operadoras: Alares, fibra ótica de 1 giga; VIVO, 1 giga; além de um link alinhado com 200 mega. Mantem relações com o mercado local e nacional sendo associada ao Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP (fórum de autorregulação do mercado publicitário brasileiro); à Associação Brasileira de Agências de Publicidade – ABAP; ao Grupo de Atendimento de São Paulo; ao Grupo de Planejamento de São Paulo e ao Clube dos Dirigentes Lojistas – CDL Jovem, de Fortaleza.		

d) A funcionalidade do relacionamento operacional entre a(o) ANUNCIANTE e a licitante.	Nota máxima do critério de avaliação: **3,00**	Nota do Julgador: **3,00**
Justificativa: Os fluxos dos serviços no interior da agência são ordenados de modo a poder oferecer aos clientes uma comunicação publicitária sistêmica, integrada e proativa. No primeiro momento o trabalho é analisado pelo Planejamento que faz um diagnóstico sobre os desafios e sugere alternativas. A seguir a Criação concebe e elabora várias soluções criativas que são encaminhadas ao cliente. Se aprovadas o trabalho começa a ser produzido; caso contrário é reformulado. Quando de fato liberado para ser executado ingressa nas áreas de atuação dos terceirizados, sob a supervisão da Produção e, ao mesmo tempo, os estrategistas de Mídia formulam as planilhas de veiculação/exibição/distribuição das peças e seus respectivos custos. Exibida a campanha, após expressa autorização do cliente e emitidas às ordens de serviço, o Núcleo Administrativo Financeiro recebe o valor corresponde ao job e redistribui pelos representados nessa cadeia produtiva de comunicação (produtoras de áudio e ou vídeo, gráficas, estúdios de fotografia e cinema, emissoras de rádio e televisão, empresas de mídia digital, influenciadores digitais, exibidoras, empresas de mídia impressa, etc) e retem seus honorários. O fluxograma adicionado pela agência ilustra parcela desses procedimentos.		

e) **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 a licitante colocará regularmente à disposição da(o) ANUNCIANTE.**	Nota máxima do critério de avaliação: **3,00**	Nota do Julgador: **3,00**
Justificativa: A licitante qualifica sua oferta de pesquisas ao colocar à disposição da Prefeitura de São Gonçalo do Amarante as informações da Kantar IBOPE Mídia, empresa líder em inteligência de mídia na América Latina, reconhecida por medir a audiência de TV e outros meios. A pesquisa TGI – Target Group Index – TG BR 2025 R2 – RM Fortaleza – Pessoa – Copyrigth TGI LATINA que estuda hábitos, atitudes e consumo de produtos, marcas e mídia (online e offilane) só pode ser obtida através de um contrato comercial que protege os dados com normas de confidencialidade e divulgação.		

Repertório – Nota: 10,00

a) **a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza da(o) cliente, ao público-alvo e ao desfio de comunicação.**	Nota máxima do critério de avaliação: **3,34**	Nota do Julgador: **3,34**
Justificativa: A originalidade dos trabalhos e suas adequações à natureza dos clientes, aos públicos-alvo e ao desafio de comunicação são evidenciadas na peça do Repertório concebida, criada e produzida para o Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Ceará (CREA-CE). No anúncio a imagem do profissional alegre e confiante é disposta, lado a lado, com a de um prestador de serviços com postura inversa. O desafio de comunicação era fazer com que os públicos percebessem o valor, a diferença entre contratar um profissional qualificado, e registrado no órgão de representação da sua categoria profissional, ou outro, desprovido da indispensável qualificação. Percepção de valor é a avaliação subjetiva que um cliente faz sobre os benefícios (qualificação e registro profissional, segurança, experiência, conveniência) ao contratar um prestador de serviços especializados em relação ao seu custo (preço, conhecimento, esforço, tempo). Não se limita apenas ao valor, mas considera a satisfação geral e a equivalência entre o que se entrega e o que se recebe, e assim influencia diretamente a decisão de solicitar o trabalho. Instituições e profissionais aumentam a percepção de valor investindo em qualidade, atendimento excepcional, comunicação eficaz e alinhamento com os valores do cliente, indo além do produto físico para criar uma experiência completa.		

b) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo.	Nota máxima do critério de avaliação: **3,33**	Nota do Julgador: **3,33**
Justificativa: A clareza do que é dito e mostrado contribui para a precisão das mensagens. A linguagem, sem floreios desnecessários, respeita as características dos meios e dos públicos-alvo.		

c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.	Nota máxima do critério de avaliação: **3,33**	Nota do Julgador: **3,33**
Justificativa: As 10 (dez) peças do Repertório – duas do Colégio Luciano Feijão (jornal e VT 30"); duas da Água mineral Minalba (jornal e VT 30"); uma do CREA-CE (jornal); uma da Companhia Siderúrgica do Pecém-CSP (jornal); uma da Água mineral Indaiá (jornal); uma do Shopping Sobral (porta de entrada) e duas da Zenir Móveis e Eletrodomésticos (dois VTs 30") – permitem identificar qualidade na produção, execução e bom acabamento.		

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10,00

a) A evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária.	Nota máxima do critério de avaliação: **2,50**	Nota do Julgador: **2,50**
Justificativa: Existem evidências de planejamento estratégico na proposição das soluções criativas sugeridas pela licitante.		

b) A demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente.	Nota máxima do critério de avaliação: **2,50**	Nota do Julgador: **2,50**
Justificativa: As boas vendas das lojas e a comercialização de outros espaços do Shopping Giga Mall demonstram que a solução criativa proposta pela agência e integrada por VTs, outdoors, backbus, busdoor, empena, camisas, panfletos, painéis de LED, spots e pirulitos nas ruas proporcionou os resultados desejados pelo cliente. O esforço de comunicação voltado para a percepção da boa qualidade da água mineral Indaiá ficou evidenciado pelo reconhecimento e a lembrança da marca pelo público consumidor.		

c) A complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos.	Nota máxima do critério de avaliação: **2,50**	Nota do Julgador: **2,50**
Justificativa: Os dois relatos – Inauguração do Shopping Giga Mall e lançamento da água mineral Indaiá com novo sabor – são complexos e apresentaram relevantes resultados. A campanha publicitária do shopping era de inauguração de um novo empreendimento comercial, mas ao mesmo tempo requeria estimulos à comercialização dos espaços ofertados. As vendas realizadas e a afluência dos públicos atestam o sucesso no enfrentamento do desafio. A degustação da água mineral Indaiá foi estratégica na reversão da desconfiança de seus consumidores sobre o novo sabor.		

d) O encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.	Nota máxima do critério de avaliação: **2,50**	Nota do Julgador: **2,50**
Justificativa: Os textos são expositivos, objetivos e claros, apresentam e informam utilizando dados e descrevendo procedimentos com uma linguagem precisa.		

Lara Maria de Sousa Lima

Lara Maria de Sousa Lima

CPF: 070.151.853-77

CONCORRÊNCIA Nº 029.2025 – SEGOV

PLANILHAS DO INVÓLUCRO Nº 3 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO.

AGÊNCIA: MULATO COMUNICAÇÃO

JULGADOR 3: FABRÍCIO BARRETO COELHO

NOTA DE CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO: 35,00

Capacidade de Atendimento – Nota: 15,00

a) **O porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um.**	Nota máxima do critério de avaliação: **3,00**	Nota do Julgador: **3,00**
Justificativa: Os 27 clientes informados pela agência são anunciantes de grande e médio porte e dentre eles figura a Zenir Móveis e Eletrodomésticos, a maior anunciante da área privada do Ceará. Também o Hospital Oto, as três unidades do North Shopping – Fortaleza, Jóquei e Maracanaú – o Shopping Via Sul, o Conselho Regional de Engenharia e Agronomia – CREA-CE e as águas minerais Indaiá e Minalba do Grupo Edson Queiroz. Na esfera pública a agência atende a Prefeitura de Camocim.		

b) **A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e das qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da(o) ANUNCIANTE.**	Nota máxima do critério de avaliação: **3,00**	Nota do Julgador: **3,00**
Justificativa: Os currículos dos 42 profissionais atestam que são experientes em atividades publicitários com qualificações profissionais enriquecidas por formação acadêmica, cursos técnicos, especializações e muitas premiações. Os atributos indicados atendem às necessidades do Governo Municipal de São Gonçalo do Amarante.		

selo unicef 2025

c) **A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.**	Nota máxima do critério de avaliação: **3,00**	Nota do Julgador: **3,00**
Justificativa: A licitante possui boa sede localizada na Aldeota, com computadores da marca apple, opções distintas de internet, espaço para reuniões e espaço para entretenimento e descanso dos funcionários, além de TV's, smatphones de ultima geração e departamentos distintos.		

d) **A funcionalidade do relacionamento operacional entre a(o) ANUNCIANTE e a licitante.**	Nota máxima do critério de avaliação: **3,00**	Nota do Julgador: **3,00**
Justificativa: Os fluxos dos serviços ofertados pela agência e relatados em sua proposta demonstram a funcionalidade das operações que serão realizadas no atendimento às demandas do Governo Municipal de São Gonçalo do Amarante. Os prazos indicados para a efetivação dos trabalhos também estão de acordo com o previsto no edital.		

e) **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 a licitante colocará regularmente à disposição da(o) ANUNCIANTE.**	Nota máxima do critério de avaliação: **3,00**	Nota do Julgador: **3,00**
Justificativa: A licitante coloca à disposição da Prefeitura de São Gonçalo do Amarante as informações da Kantar IBOPE Mídia, empresa líder em inteligência de mídia na América Latina, reconhecida por medir a audiência de TV e outros meios. Também os dados do Anuário Brasileiro de Mídia; do Ipsos Connect, líder mundial em medição de audiência; o ABC; o iPC Maps, que apresenta em números absolutos o detalhamento do potencial de consumo em 22 categorias de produtos nos 5.570 municípios do Brasil, e ainda conta com o detalhamento de bairros em 220 municípios; o EasyMedia, que mede audiência de rádio e entrega, mensalmente, um banco de dados consolidados dos últimos três meses, trazendo informações como afinidade, share de frequência e share total; as tabelas de preços atualizadas dos veículos e plataformas (as que dispõem de tabelas) e a sua biblioteca especializada.		

selo unicef 25

Repertório – Nota 10,00

a) **A originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação.**	Nota máxima do critério de avaliação: **3,34**	Nota do Julgador: **3,34**
Justificativa: As 10 (dez) peças que constituem o Repertório são originais. A criatividade das soluções é demonstrada na escolha dos personagens, o modo como desempenham seus papeis e o uso da linguagem. No material da Zenir o "cearês" com sotaque, identidade cultural e descontos "pra voar as bandas".		

b) **A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo.**	Nota máxima do critério de avaliação: **3,33**	Nota do Julgador: **3,33**
Justificativa: Há clareza e precisão nas mensagens e adequação a cada público-alvo e as características dos meios a que se destinam.		

c) **A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.**	Nota máxima do critério de avaliação: **3,33**	Nota do Julgador: **3,33**
Justificativa: A concepção e criação de cada peça evidenciam qualidade. O acabamento, sobretudo com o papel fotográfico com que são confeccionadas, também revela esmero.		

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – Nota: 10,00

a) **A evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária.**	Nota máxima do critério de avaliação: **2,50**	Nota do Julgador: **2,50**
Justificativa: Ao propor as soluções criativas aos seus clientes a agência demonstra evidências de planejamento publicitário.		

b) **A demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente.**	Nota máxima do critério de avaliação: **2,50**	Nota do Julgador: **2,50**
Justificativa: A efetivação das soluções propostas pela agência é demonstrada pelo curto tempo em que foram comercializados os espaços disponibilizados pelo Shopping Giga Mall e a grande afluência de público no decorrer da programação de inauguração, bem como com a rápida e efetiva mudança de percepção dos públicos consumidores da água mineral Indaiá, que abandonaram uma postura de desconfiança e passaram a reconhecer qualidade com novo sabor. Os fatos atestam que os objetivos desejados pelos clientes foram alcançados.		

selo unicef 2021/2024 25

c) **A complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos.**	Nota máxima do critério de avaliação: **2,50**	Nota do Julgador: **2,50**
Justificativa: Lidar com a percepção desfavorável dos consumidores da água mineral Indaiá e reverter desconfiança em reconhecimento pela qualidade do produto e o seu novo sabor é uma clara comprovação da complexidade do desafio. E em meio a uma acirrada concorrência promover em 2023 o novo Shopping Giga Mall a "maior empreendimento de vendas no atacado e no varejo do Ceará" também foi um grande enfrentamento de comunicação publicitária.		

d) **O encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.**	Nota máxima do critério de avaliação: **2,50**	Nota do Julgador: **2,50**
Justificativa: Os textos dos relatos estão bem ordenados e apresentam os argumentos de forma fluida e natural, sem contradições. Demonstram coerência e permitem concluir que os serviços realizados possibilitaram alcançar os resultados desejados.		

Fabrício Barreto Coelho
CPF: 755.097.333-49

selo unicef 2025