

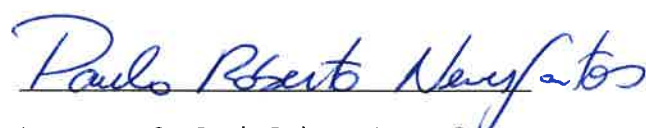
Ata de julgamento dos Invólucros 02 – Via Não identificada

A Subcomissão Técnica, designada por meio da Publicação do DOU – Seção 3, edição do dia 12 de agosto de 2022, em atenção ao Edital de Concorrência nº 02/2020, reuniu-se nos dias 22/11/2022 e 23/11/2022, no subsolo da Embratur, em Brasília-DF, para conferência, análise, julgamento e pontuação das propostas técnicas dos invólucros nº 2 – Via Não Identificada, referentes ao Quesito 1 – Plano de Comunicação Corporativa apresentada pelas 4 (quatro) licitantes proponentes da concorrência nº 02/2020. Após o recebimento dos invólucros contendo as propostas, estas foram numeradas, sequencialmente, de 1 a 4. E nos dias 24/11/2022 a 05/12/2022 cada um dos membros da Subcomissão Técnica procedeu o julgamento, pontuando e justificando as notas de forma individual e remota, acessando via SEI as propostas, e no dia 06/12/2022 a Subcomissão Técnica se reuniu presencialmente no subsolo da Embratur e os membros da Subcomissão Técnica consolidaram as notas e justificativas em planilhas próprias e assinadas, contendo pontuação e justificativas, remetendo-as à Comissão Especial de Licitação juntamente com as propostas técnicas das licitantes, cujos envelopes foram lacrados com vistas a preservar o conteúdo.

Subcomissão Técnica:



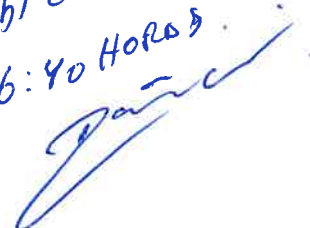
Integrante 1 - Antônio Augusto Brentano



Integrante 2 – Paulo Roberto Neves Santos






Integrante 3 – Sérgio Flores de Albuquerque

Recebi em 06.12.2022
16:40 Horas


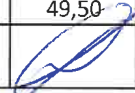


CONCORRÊNCIA Nº 02/2022 - EMBRATUR - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

Nº Invólucro	Raciocínio Básico	Estratégia de Ação de Marketing Promocional	Solução de Marketing Promocional	Plano de Implementação	Plano de Ação Promocional
1	9,33	17,83	20,83	13,50	61,50
2	7,00	13,83	17,17	11,67	49,67
3	9,17	17,00	19,50	13,17	58,83
4	6,17	14,50	16,67	10,83	48,17

SUBCOMISSÃO

Integrante 1	Integrante 2	Integrante 3
		
Antônio Augusto Brentano	Paulo Roberto Neves Santos	Sérgio Flores de Albuquerque

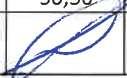


CONCORRÊNCIA Nº 02/2022 - EMBRATUR - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

Nº	4	Conceito	Find yourself in Brazil				PERÍODO: 22/11/2022 a 06/12/2022
QUESITO 1: Plano de Ação Promocional		PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
			Antônio	Paulo	Sérgio	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico		10,00	6,50	6,00	6,00	6,17	Não abordou a análise das especificidades da EMBRATUR e da sua atuação; Não realizou pesquisa para um melhor entendimento e compreensão do desafio de comunicação; Bom entendimento dos objetivos, fez abordagem aos protocolos de segurança; Não fez um diagnóstico das necessidades de comunicação identificadas.
1.2 - Estratégia de Ação de Marketing Promocional		20,00	14,50	14,00	15,00	14,50	Apresentou um conceito, mas não defende nem apresenta a utilização de seus desdobramentos; Falou de foco em incorporar novas tecnologias, mas não menciona qualquer nova tecnologia a ser aplicada; Abordou todos os itens exigidos de defesa dos pontos centrais da estratégia; Utilizou bem as métricas para as ativações e apoio logístico de mensuração de resultado.
1.3 - Solução de Marketing Promocional		25,00	17,00	16,00	17,00	16,67	Apresentou detalhamento de realização de cada uma das ações indicadas na estratégia; Apresentou pouca originalidade na solução de Mkt; Ações pertinentes com os objetivos de comunicação; Apresentou um plano de ação para cada uma especificada com métricas a serem utilizadas; Faltou em algumas ações a especificação dos profissionais a serem utilizados.
1.4 - Plano de Implementação		15,00	11,50	10,00	11,00	10,83	Possui adequação do cronograma de preparação, viabilização, pré-produção, realização, conclusão, produção, pós-produção das ações e/ou materiais promocionais; Possui grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no briefing; Plano superficial e pouco detalhado; Cronograma apresentado está conforme com a proposta e apresenta proposta orçamentária completa.
TOTALS		70,00	49,50	46,00	49,00	48,17	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO							RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO

CONCORRÊNCIA Nº 02/2022 - EMBRATUR - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

Nº	3	Conceito	Fast pass to Brazil				PERÍODO: 22/11/2022 a a 06/12/2022
QUESITO 1: Plano de Ação Promocional		PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
			Antônio	Paulo	Sérgio	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico		10,00	9,50	9,00	9,00	9,17	Muito boa análise das características e especificidades da Embratur; Demonstrou um grande conhecimento do contexto apresentado; Apresentou levantamento e análise de dados do público-alvo, além de dados gerais dos canais disponíveis; Fez uma análise de tendências de live marketing e benchmarking de feiras setoriais; Teve assertividade na análise e compreensão do desafio de comunicação estabelecido no Briefing.
1.2 - Estratégia de Ação de Marketing Promocional		20,00	18,00	16,00	17,00	17,00	Muito boa a defesa de públicos que encaminha para o conceito; Consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito; Demonstrou uma estratégia bem criativa e com planejamento tático e direto; Utilizou estudo da Expedia dos viajantes dos Estados Unidos; O conceito apresenta diversos desdobramentos para diversas aplicações; O conceito tem um potencial de adaptação e adequação do mote criativo; A estratégia de implantação segue um raciocínio lógico e exequível.
1.3 - Solução de Marketing Promocional		25,00	20,00	18,50	20,00	19,50	A idéia apresentada, é muito bem adequada aos objetivos de comunicação; Foram apresentadas soluções inteligentes, com aproveitamento de espaço e logística bem programadas; As ações propostas conseguem entregar o conceito de maneira engajadora; Plano extenso e bem detalhado; Apresentou métricas detalhadas; A solução de marketing engloba o desafio de se comunicar em um local como Las Vegas; Conceito original e impactante, apresentando uma mesma solução de com múltiplas funções; Os custos previstos estão dentro do orçamento disponível apresentado; Apresentou um plano de ação muito bem detalhado; Apresenta métricas de resultados e aderência das ações aos objetivos de comunicação.
1.4 - Plano de Implementação		15,00	12,50	14,00	13,00	13,17	Possui cronograma muito bem adequado às ações; Utiliza a verba referencial com eficiência e economicidade; Cronograma apresentado está conforme com a proposta e apresenta proposta orçamentária completa e detalhada.
TOTALS		70,00	60,00	57,50	59,00	58,83	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO							RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO

CONCORRÊNCIA Nº 02/2022 - EMBRATUR - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

Nº	2	Conceito	Brazil, all in one destination				PERÍODO: 22/11/2022 a a 06/12/2022
QUESITO 1: Plano de Ação Promocional		PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
			Antônio	Paulo	Sérgio	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico		10,00	7,00	7,00	7,00	7,00	Limitou-se ao briefing não abordando a análise das especificidades da Embratur e da sua atuação, não realizou pesquisa para um melhor entendimento do mercado, boa abordagem do desafio de comunicação; Faltou aprofundamento.
1.2 - Estratégia de Ação de Marketing Promocional		20,00	14,00	13,00	14,50	13,83	Apresentou um bom conceito mas não defendeu nem apresentou seus desdobramentos; Na ativação proposta há dificuldade em estimar o número de observadores a cada participação pelas diversas variantes de horário; Na proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Ação de Marketing Promocional fez uma boa abordagem e definiu os instrumentos ou materiais a serem utilizados; Não previu desdobramentos digitais nas principais plataformas para aumentar o alcance e o engajamento nos perfis sociais da Embratur.
1.3 - Solução de Marketing Promocional		25,00	17,50	16,00	18,00	17,17	Apresenta o detalhamento de realização de cada uma das ações indicadas na estratégia; Ações pertinentes com os objetivos de comunicação, mas difíceis de estimar quantitativo de público para cada ação e a disponibilização de um espaço pequeno para ações de público nessa proporção pode interferir no resultado final; Falta de originalidade na solução de Mkt; As ações são pertinentes mas com resultado imprevisível; Baixa adequação do plano de divulgação com a necessidade de articulação para a execução em face do desafio proposto e a funcionalidade da infraestrutura e do apoio logístico propostos para a implementação das ações; Pouco detalhamento na discriminação de gastos da proposta.
1.4 - Plano de Implementação		15,00	12,00	11,00	12,00	11,67	Possui adequação do cronograma de preparação, viabilização, pré-produção, realização, conclusão, produção, pós-produção das ações e/ou materiais promocionais; Possui grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida mas sem muito detalhamento.
TOTALS		70,00	50,50	47,00	51,50	49,67	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO							RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO

CONCORRÊNCIA Nº 02/2022 - EMBRATUR - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

Nº	1	Conceito	Visite o Brasil, viva a mais completa experiência				PERÍODO: 22/11/2022 a a 06/12/2022
QUESITO 1: Plano de Ação Promocional		PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
			Antônio	Paulo	Sérgio	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico		10,00	9,00	9,50	9,50	9,33	Muito bom o entendimento e a análise acerca da Embratur; Abordou pesquisas com análise e contexto; Realizou análise de campanhas, mídias digitais e participação em feiras; Teve entendimentos em relação às necessidades de comunicação da Embratur; Fez investigação especial por meio de uma ferramenta de Business Intelligence para compreender as principais buscas dos americanos sobre viagens para o Brasil; Muito bom entendimento e compreensão do desafio de comunicação.
1.2 - Estratégia de Ação de Marketing Promocional		20,00	18,00	18,50	17,00	17,83	Defende bem o conceito e seus desdobramentos; Consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito; Propõe uma estratégia com um circuito de ações dentro e fora da IMEX, Circuito Pacote Completo (CPC), estratégia dentro do briefing com ações digitais, híbridas, de rua e experiências diversas, estabelecendo 4 pilares de atuação; Estabeleceu três indicadores-chave de performance e suas métricas. A estratégia de implantação segue um raciocínio lógico e exequível.
1.3 - Solução de Marketing Promocional		25,00	21,00	20,00	21,50	20,83	Apresentou muito boa estruturação da solução de Mkt; Apresentou detalhamento de realização de cada uma das ações indicadas na estratégia; Ações pertinentes com os objetivos de comunicação; Diversas ações com interpretações favoráveis; Os custos previstos estão dentro do orçamento disponível apresentado; Apresentou um plano de ação muito bem detalhado; Apresenta métricas de resultados e aderência das ações aos objetivos de comunicação; Apresentou todos os gastos da equipe e produtos bem discriminados.
1.4 - Plano de Implementação		15,00	13,50	13,00	14,00	13,50	Possui adequação do cronograma de preparação, viabilização, pré-produção, realização, conclusão, produção, pós-produção das ações e/ou materiais promocionais; Possui alto grau de eficiência, economicidade e otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida; Cronograma apresentado está em conformidade com a proposta e apresenta proposta orçamentária bem detalhada e completa.
TOTALS		70,00	61,50	61,00	62,00	61,50	
RUBRICAS DA SUBCOMISSÃO			