

Handwritten mark resembling a stylized 'A' or 'H'.

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.
Para aferir insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.
Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns aspectos relevantes do quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.
Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.
Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada quesito é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Escala de Avaliação

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AVALIADOR:03	AVALIADOR:03	
PONTUAÇÃO:	35,00 (TRINTA E CINCO PONTOS)	AGÊNCIA UM

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	4,0 (quatro pontos)	ES	4,0
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, prestação no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	6,0 (seis pontos)	ES	6,0
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0 (cinco pontos)	ES	5,0
máximo de 15 pontos		Totalização do critério		15,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

As especificidades das diversas áreas de atuação técnica das empresas candidatas são analisadas no caderno capacidade de atendimento. Ante esta definição observa-se a desenvoltura no atendimento e nas perspectivas do serviço e realização de campanhas publicitárias. Também são avaliados os serviços prestados diretamente em comunicação: a execução de um fluxo claro de trabalho, os recursos humanos com suas políticas identitárias e demais questões de cunho operacional e gerencial.

O primeiro subcritério trata das dimensões estruturais da empresa, elementos qualitativos e quantitativos de sua equipe. O texto do caderno se inicia com a necessidade de uma lista de principais clientes em atividade na agência. O quantitativo não excede ao máximo permitido em edital – oito ao todo – contando com sete clientes públicos: Prefeituras de Maricá, Magé, Recife e Saquarema, Autarquia Somar, Banco de Brasília e Governo do Estado de Pernambuco, aspecto considerado positivo. Aqui, a concorrência disponibiliza 23 profissionais para atender a SECOM da Prefeitura de Maceió, incluindo currículos resumidos com formação e experiência - informações elementares para a análise de pessoal. Além disso, todas as áreas fundamentais de uma agência, em particular as listadas no edital, estão representadas na listagem funcional presente em seu conjunto com ao menos um funcional graduado em comunicação, design, marketing ou áreas afins. A infraestrutura de equipamentos está adaptada à realidade contemporânea das equipes de criação, com softwares compatíveis com seu segmento de trabalho. A licitante apresenta pesquisas básicas do Easy Media, Midia dados Brasil e Semrush. Como instrumentos de informações avançadas temos o Instar Analytics, o Target Group Index e Star Planning, além de informativos da área disponíveis para a equipe sem ônus adicional. A concorrência mantém contratos regulares com diversos instrumentos de checking e auditoria de mídia, incluindo o Fiska New e o Connect CTMIX, serviços importantes e desejáveis colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió, o que garante melhor atendimento à contratante. Com um trabalho de excelência, é possível conceder a esta licitante escala máxima neste subcritério (E5).

O segundo subcritério trata do fluxo de atendimento, sua sistemática, além das demais normas comentadas em edital. Neste caso, a candidata apresenta gráfico de operacionalidade e descrição do fluxo de trabalho dimensionando o relacionamento entre a empresa e seu cliente. Os prazos são compatíveis com as expectativas do contrato e médias do mercado: de (3 a 5) dias para criação de campanhas, de (1 a 2 dias) para alteração de peças e até (2) dias para plano de mídia. A candidata gerencia as atividades internas a partir de um software específico, o *Publmanager*, questão considerada positiva. A expertise diferenciada para o setor público é contemplada no volume da concorrência, o que inclui a abordagem da responsabilidade com o trato da segurança de informação, alicerçado nas melhores políticas de armazenamento, sigilo e cópias de segurança (backup). A candidata possui uma equipe em Maceió, onde sua filial está presente desde 2005 e contém estrutura para o trato da conta, questão fundamental para o melhor relacionamento com o cliente. Sendo assim, é possível conceder escala máxima permitida ao subcritério, ante a excelência do trabalho produzido (E5).

Já o último subcritério analisa a existência de uma equipe dedicada ao cliente e a qualificação técnica deste conjunto de profissionais, bem como políticas identitárias. Neste aspecto, a licitante determina que 14 profissionais estarão dedicados exclusivamente à SECOP, incluindo profissionais de atendimento, mídia e criação, indispensáveis à operação da conta. Além disso, mais 07 profissionais terão dedicação permanente junto ao cliente, mas de forma não exclusiva, garantindo excelência no trato da conta. Nas políticas identitárias, os recursos humanos tratam detalhadamente de políticas de equidade de gênero e orientação sexual, com um grupo ativo de políticas de diversidade, demonstrando preocupação com pautas minoritárias e questões sociais importantes nas melhores empresas de comunicação. Sendo assim, é possível conceder escala máxima permitida ao subcritério, ante a excelência do trabalho produzido (E5).

entendimento dos casos. Desta forma, atendendo a todos os pontos da instância avaliativa, a candidata obtém escala máxima no item em questão (E5).

Finalmente, no terceiro subcritério, analisamos questões como a aderência dos exemplos do repertório em relação aos desafios da SECOM da Prefeitura de Maceió, bem como sua exequibilidade. A aderência é observada com a presença da quase totalidade de suas peças relacionadas ao poder público (diversos órgãos públicos e BRB) – o que demonstra consonância com os desafios de comunicação da conta disputada. Entre as peças apresentadas, o filme para televisão da Prefeitura do Recife se destaca pela grande pertinência, mesmo com as limitações de uma prestação de contas tradicional. As peças produzidas especialmente para áudio se revelam de qualidade, não sendo meras replicações de meios audiovisuais. Sendo plenamente aderente às necessidades da SECOM da capital alagoana, vemos que a adequação das praças aos clientes é evidente e completa o trabalho de qualidade da candidata. Desta forma, atendendo ao esperado para o subcritério, é possível conceder escala máxima ao item em questão (E5).

VIA IDENTIFICADA

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
<i>máximo de 10 pontos</i>				
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0 (três) pontos	ES	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0 (três) pontos	ES	3,0
Totalização do critério				10,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

A análise dos relatos de soluções de comunicação busca avaliar soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas pela concorrente, atestando de forma clara o trabalho integrado entre as áreas da agência para produzir resultados efetivos e duradouros.

O primeiro subcritério observa a capacidade de diagnóstico das candidatas nos relatos apresentados, bem como a capacidade de síntese no texto produzido pelas concorrentes, evidenciando seu trabalho de planejamento. Aqui, vemos que o trabalho da concorrente se fundamenta em elementos de planejamento para desenvolver a descrição do caso e sua consequente observação diagnóstica. O caderno da licitante apresenta o número máximo de relatos permitidos – dois ao todo – atendendo às demais limitações do instrumento de convocação. O primeiro caso é referente do vestibular pós pandemia da Uninassau. O segundo caso é do combate às arboviroses da Prefeitura do Recife. Em ambos os casos a agência é capaz de observar a realidade do cliente para destacar aspectos capazes de compor o desafio de comunicação a ser resolvido. Uma vez que o conteúdo do subcritério é pertinente, é possível contemplar o trabalho da candidata com escala máxima neste primeiro momento (E5).

O segundo subcritério tem grande relevância por observar o êxito derivado das estratégias e táticas propostas pelas candidatas. Aqui, as relações de causa e efeito são avaliadas junto aos resultados obtidos por seus clientes. O primeiro caso trata das matrículas presenciais da Uninassau em 2022: os resultados alcançados foram muito expressivos, com o aumento de 32% nas matrículas e mais de 100 mil leads de contato nos dois primeiros meses da campanha, acima do esperado pela anunciante. O segundo caso também revela sucesso da concorrente: a campanha da Prefeitura do Recife tornou-se sucesso emblemático – além de catapultar o personagem de Dona Nice para sucesso nas redes sociais, com mais de 700 mil visualizações em poucos dias, alcançou um engajamento positivo na ordem de 90% nos comentários positivos nas redes sociais. Neste último caso, o número de cadastros na plataforma de denúncias contra focos da doença também bateu recordes. Desta forma, é possível conceder à candidata escala máxima neste segundo momento, por atender a todos os pontos do subcritério (E5).

A

Por fim, o terceiro subcritério trata da lógica da exposição, incluindo sua ordenação narrativa e fluidez. Neste sentido, ambos os casos são descritos de forma adequada, iniciando com uma composição textual que privilegia o cenário encontrado e concluindo com resultados derivados dos prognósticos realizados pela agência. Observa-se que os aspectos formais no texto são atendidos e os relatos tiveram suas autorizações de produção e veiculação dentro do período exigido em edital. As peças anexas ao conjunto ilustram de forma adequada o caso apresentado pela licitante, ampliando a percepção do trabalho de excelência da agência. Sendo assim, é possível contemplar o conjunto da candidata com nota máxima neste terceiro momento (E5).

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AGENCIADOR:02	<i>Quarrel Vitorio Dantas</i>	AGÊNCIA
PONTUAÇÃO:	35,00 (TRINTA E CINCO PONTOS)	AGÊNCIA UM

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada questão é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada questão, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para afetar Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editoriais, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.

Para afetar insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.

Para afetar parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.

Para afetar satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.

Para afetar totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

VIA IDENTIFICADA

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	4,0 (quatro pontos)	ES	4,0
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, presteza no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	6,0 (seis pontos)	ES	6,0
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0 (cinco pontos)	ES	5,0
máximo de 15 pontos		Totalização do critério		15,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

A capacidade de atendimento é composta por três subitens e corresponde a um conjunto descritivo que analisa a capacidade global apresentada pela licitante para o atendimento da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Abrange a dinâmica de prestação dos serviços, a execução das campanhas publicitárias, os fluxos operacionais adotados, a gestão das equipes designadas, bem como outras questões de natureza operacional e gerencial relacionadas ao pessoal alocado para o atendimento da conta.

No primeiro subitem desta etapa, são avaliados os aspectos relacionados aos recursos materiais, à infraestrutura e ao corpo funcional disponibilizados pela candidata nos diversos setores, com vistas ao atendimento das demandas de comunicação da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, observa-se que a candidata apresentou o número máximo de clientes relevantes permitido pelo edital, totalizando oito, com predominância de entes públicos, dentre os quais se destacam as Prefeituras de Maricá, Magé, Recife e Saquarema, a Autarquia Somar, o Banco de Brasília e o Governo do Estado de Pernambuco. Também se observa que a equipe disponibilizada pela licitante é composta por vinte e três integrantes, detentores de ampla experiência profissional, conforme demonstrado nos minicurriculos apresentados, os quais evidenciam formação acadêmica compatível e trajetória profissional adequada. As principais áreas da agência, nos termos previstos no edital, encontram-se devidamente contempladas, com pelo menos um profissional graduado em comunicação, design, marketing ou áreas correlatas integrando a equipe. No que se refere aos recursos materiais, constata-se o pleno atendimento às exigências editoriais, uma vez que a candidata dispõe de instalações físicas compatíveis e atende aos requisitos tecnológicos, contando com softwares criativos adequados às necessidades operacionais e estratégias da prestação dos serviços. Por fim, verifica-se que a concorrente disponibiliza, sem ônus adicional, pesquisas básicas e avançadas compatíveis com as demandas de comunicação do município, tais como Easy Media, Mídia Dados Brasil, Semrush, Instar Analytics, Target Group Index e Star Planning, além de ferramentas de checagem e

auditoria de mídia, a exemplo do CONNETC CTMIX e do Fiska New, o que contribui para maior controle, transparência e qualidade no atendimento prestado ao município de Maceió. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **(totalmente abordado), este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No segundo subitem desta etapa, são analisados os aspectos relacionados à sistemática de atendimento à Prefeitura Municipal de Maceió, abrangendo, entre outros, a operacionalidade, a presteza, o cumprimento de obrigações e a observância de prazos. Nesse cenário, constata-se que a candidata descreve sua sistemática de atendimento de maneira clara e objetiva, estabelecendo prazos adequados e compatíveis com a prática de mercado, a saber: prazo de um a dois dias para alterações em peças, até dois dias para elaboração de plano de mídia e de três a cinco dias para a entrega de campanhas publicitárias. No que concerne à operacionalidade, verifica-se que a concorrente organiza e gerencia seu fluxo de trabalho por meio do software Publilmanager, o que contribui para maior controle e eficiência dos processos internos. Destaca-se, ainda, a expertise da licitante no atendimento ao setor público, especialmente no que se refere à segurança da informação, uma vez que demonstra adoção de normas internas de sigilo, procedimentos de armazenamento de dados e sistemas de backup. Ademais a candidata mantém filial em Maceió, circunstância que assegura proximidade geográfica e plena capacidade de resposta às demandas do município. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **(totalmente abordado), este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No terceiro e último subitem desta etapa, são avaliados os aspectos relacionados à capacidade técnica, às políticas identitárias e à dedicação da equipe destinada ao acompanhamento da conta da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, verifica-se que a candidata disponibiliza quatorze profissionais atuando de forma exclusiva no atendimento da conta, além de outros sete profissionais dedicados à conta, o que evidencia estrutura adequada e capacidade técnica compatível com as demandas do contrato. Observa-se, ainda, que as políticas de promoção da igualdade apresentadas na proposta não se limitam a enunciados genéricos. Consta que o setor de recursos humanos mantém grupo específico dedicado às políticas de diversidade e desenvolve ações voltadas à promoção da igualdade de gênero e ao respeito à orientação sexual, evidenciando efetividade na proteção das pautas das minorias e no enfrentamento de questões sociais relevantes. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **(totalmente abordado), este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
	máximo de 10 pontos			10,0
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos questionários de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0 (dois) pontos	ES	2,0
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
	Totalização do critério			10,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é composto por três subitens e reúne peças de caráter demonstrativo, apresentadas com o objetivo de comprovar a qualidade do trabalho realizado pela candidata na concepção e elaboração de campanhas publicitárias com resultados relevantes, veiculadas em distintos meios e formatos. Os materiais apresentados devem ser atuais e conter a indicação do período de veiculação e do alcance territorial de atuação, de modo a permitir adequada avaliação.

No primeiro subitem desta etapa, são examinados os aspectos artísticos e técnicos do atendimento prestado pela licitante a contas de clientes anteriores, bem como a compatibilidade das soluções apresentadas com as demandas de comunicação da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse sentido, constata-se que a concorrência apresentou o quantitativo máximo de peças permitido, totalizando nove materiais, todos adequadamente concebidos e executados, sendo três vídeos destinados à veiculação em televisão, cinema ou meios digitais, três peças de áudio e três peças para mídia impressa e/ou OOH. Também se observa atualidade em todas as peças, não havendo qualquer material anterior a janeiro de 2020 entre os exemplos. Ademais, embora haja a presença de um cliente de natureza privada, observa-se que os trabalhos foram predominantemente desenvolvidos para entes públicos. Por fim, a licitante respeita a vedação editalícia e se abstém apresentar trabalhos que façam referência à Prefeitura de Maceió. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No segundo subitem desta etapa, se avalia nos casos apresentados e nas peças exibidas, questões relativas à qualidade da execução, ao nível de acabamento e à clareza das informações fornecidas, tanto nos materiais publicitários quanto nas sínteses que contextualizam os respectivos casos. Nesse contexto, constata-se que a licitante apresenta relatos objetivos contendo dados essenciais para a compreensão do cenário das campanhas e de sua vinculação às estratégias adotadas para cada cliente, incluindo informações relativas aos veículos empregados. Verifica-se, igualmente, a apresentação das fichas técnicas das peças, com a indicação das praças, dos períodos de veiculação e de breve contextualização dos casos, tudo exposto de forma clara e em estrita observância às exigências editalícias. Ademais, a licitante explicita o alcance das

campanhas, elemento fundamental para a adequada análise dos casos apresentados. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No terceiro e último subitem desta etapa, são avaliadas a exequibilidade das soluções apresentadas, bem como a diversidade e a adequação do repertório às necessidades da publicidade da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, constata-se elevado grau de aderência, uma vez que a licitante apresentou repertório composto quase integralmente por peças desenvolvidas para o setor público, o que revela plena capacidade de atendimento às demandas do município. As peças apresentadas demonstram variedade de ações e comprovam a viabilidade das soluções propostas pela concorrente em campanhas de seus clientes, destacando-se o filme para televisão produzido para a Prefeitura do Recife. Ressalta-se, ainda, que as peças de áudio exibem qualidade técnica e criativa, não se caracterizando como simples reproduções de conteúdos audiovisuais. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
máximo de 10 pontos				
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0 (três) pontos	ES	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0 (três) pontos	ES	3,0
Totalização do critério				10,0

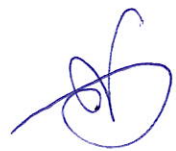
Relatório de razões que fundamentam as notas:

Relato de soluções de problemas de comunicação é composto por três subitens que tem por finalidade avaliar soluções assertivas para desafios de comunicação articuladas pela concorrente, evidenciando, de forma clara, a atuação integrada das diferentes áreas da agência na construção de resultados efetivos e sustentáveis ao longo do tempo.

No primeiro subitem desta etapa, são analisadas as competências das licitantes no planejamento de campanhas, a partir da apresentação de casos concretos. Nesse contexto, verifica-se que a concorrente apresentou o quantitativo máximo de materiais admitidos para fins de comprovação da capacidade de planejamento, totalizando dois casos: a campanha de vestibular no período pós-pandemia da UNINASSAU e a campanha de combate às arbovíroses da Prefeitura do Recife. Nas duas hipóteses se constata a apresentação de síntese dos desafios de comunicação enfrentados por cada cliente, acompanhada da descrição das soluções concebidas pela licitante, bem como das ações desenvolvidas para o enfrentamento e superação desses desafios. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No segundo subitem desta etapa, é analisada a capacidade da candidata de alcançar resultados efetivos, a partir do êxito obtido com as estratégias e táticas adotadas em campanhas anteriormente executadas. Nesse contexto, verifica-se a apresentação de síntese dos desafios de comunicação enfrentados por cada cliente, das soluções propostas pela licitante e, ao final, dos resultados efetivamente alcançados. Observa-se que as estratégias de campanha decorrem de análises criteriosas, refletindo-se em resultados expressivos após a execução das ações. A campanha de matrículas presenciais da UNINASSAU, realizada em 2022, apresentou desempenho superior ao esperado pela anunciant, com incremento de 32% no número de matrículas e geração de mais de 100 mil leads de contato nos dois primeiros meses da campanha. De igual modo, a campanha de combate à proliferação do *Aedes aegypti* alcançou ampla repercussão nas redes sociais, com mais de setecentas mil visualizações orgânicas dos vídeos, índice aproximado de 90% de comentários positivos e recorde de cadastros na plataforma de denúncias de focos da doença. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No terceiro e último subitem desta etapa é avaliado a importância dos resultados exibidos posteriormente às ações de comunicação recomendadas pela concorrência. Sob essa perspectiva, constata-se que os dois casos apresentados se encontram devidamente estruturados, com narrativa que contextualiza o cenário inicial enfrentado e evolui até a apresentação dos resultados alcançados a partir das táticas definidas pela agência. Também se observa que os requisitos formais exigidos foram plenamente observados, bem como que os relatos apresentados contam com as devidas autorizações para produção e veiculação, respeitando o período estabelecido no edital. As peças exibidas permitem plena compreensão dos casos, potencializando a leitura crítica e evidenciando a qualidade técnica do trabalho desenvolvido pela licitante. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.



PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AVALIADOR:01	Sarah de Oliveira Mendes	AGÊNCIA
PONTUAÇÃO:	35,00 (TRINTA E CINCO PONTOS)	AGÊNCIA UM

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada questão é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada questão, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.

Para aferir insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.

Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.

Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.

Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

Sarah

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRIPTIVO	MAXIMO	ESCALA	NOTA
		4,0	(quatro) pontos	
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	6,0	(seis) pontos	
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, presteza no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	5,0	(cinco) pontos	
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0	(cinco) pontos	
Totalização do critério		15,0		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

Este item da proposta identificada tem a função de avaliar a estrutura real que a licitante coloca à disposição da Secretaria Municipal de Comunicação de Maceió. Nesta etapa, examinam-se os recursos técnicos, humanos e organizacionais que permitirão a execução da conta pública com segurança, eficiência e continuidade. Espera-se que a agência demonstre capacidade operacional compatível com o porte da Prefeitura de Maceió e com a complexidade das demandas de comunicação institucional.

O subitem A examina se a licitante dispõe de estrutura material e humana compatível com as exigências operacionais da conta pública, considerando tanto os recursos físicos e tecnológicos disponíveis quanto a composição, qualificação e dimensionamento da equipe apresentada. Nesta análise, observa-se a capacidade da agência de sustentar, de forma contínua, a execução de campanhas institucionais de médio e grande porte, em consonância com as diretrizes estabelecidas no edital. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que o volume identificado apresenta relação de clientes em atividade dentro do limite estabelecido pelo edital, com predominância de contratos junto ao poder público, o que evidencia experiência consistente no atendimento a demandas institucionais de diferentes esferas administrativas. O dimensionamento da equipe destinada ao atendimento da SECOM revela-se robusto, com a indicação de 23 profissionais acompanhados de currículos resumidos que permitem identificar formação acadêmica e trajetórias profissionais compatíveis com as funções desempenhadas. Todas as áreas essenciais ao funcionamento de uma agência de propaganda estão contempladas, assegurando cobertura adequada das etapas de planejamento, criação, produção e atendimento. Do ponto de vista da infraestrutura, a agência demonstra plena adequação às práticas contemporâneas do mercado, apresentando equipamentos e softwares compatíveis com as rotinas das equipes criativas. Destaca-se, ainda, a amplitude do suporte informacional disponibilizado, com acesso a pesquisas básicas e avançadas, informativos especializados e ferramentas de análise de dados que subsidiam decisões estratégicas. A manutenção de

Seal - Ues

contratos regulares com serviços de checking e auditoria de mídia reforça a confiabilidade dos processos apresentados e amplia a segurança operacional oferecida à contratante.

O subitem B avalia a sistemática de atendimento proposta pela licitante, com foco na organização dos fluxos internos, na clareza dos processos de trabalho e na adoção de práticas que assegurem eficiência, segurança e previsibilidade na relação com a administração pública. São considerados, ainda, os mecanismos de controle, os prazos operacionais, as rotinas de acompanhamento e as medidas relacionadas à proteção e ao gerenciamento das informações institucionais. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que o volume identificado apresenta descrição estruturada do fluxo de trabalho, incluindo representação gráfica da operacionalidade e definição clara das etapas de interação entre agência e cliente, o que favorece a compreensão do funcionamento cotidiano da conta. Os prazos estabelecidos mostram-se compatíveis com as exigências contratuais e com parâmetros praticados pelo mercado, contemplando tempos adequados para criação de campanhas, ajustes de peças e elaboração de planos de mídia. A gestão das atividades internas é apoiada por software específico de administração de demandas, o que contribui para maior controle, organização e rastreabilidade dos processos. Destaca-se, ainda, a abordagem consistente das responsabilidades relacionadas à segurança da informação, com a adoção de políticas voltadas ao armazenamento adequado de dados, manutenção de sigilo e realização de cópias de segurança, aspectos especialmente relevantes no contexto do atendimento a contas públicas. A presença de equipe estruturada em Maceió, com filial em funcionamento contínuo, reforça a capacidade de atendimento presencial e a proximidade operacional com a contratante.

O subitem C analisa a estrutura de alocação de profissionais destinada ao atendimento da conta da Secretaria Municipal de Comunicação, observando-se o grau de dedicação da equipe indicada, sua adequação técnica e a coerência do modelo proposto frente ao volume e à complexidade das demandas previstas, bem como aspectos relacionados à gestão de pessoas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Verifica-se que a agência apresenta um arranjo de equipe robusto e bem dimensionado, com a designação de quatorze profissionais em regime de dedicação exclusiva à SECOM, contemplando funções essenciais como atendimento, mídia e criação, o que assegura a operação contínua e integrada da conta. Soma-se a esse núcleo a disponibilidade de outros sete profissionais com dedicação permanente, ainda que não exclusiva, ampliando a capacidade de resposta e conferindo maior flexibilidade ao atendimento. Do ponto de vista da gestão de pessoas, observa-se a existência de diretrizes formais e práticas institucionais voltadas à promoção da diversidade, com políticas claramente descritas de equidade de gênero e respeito à orientação sexual, além da atuação de grupo interno dedicado a essas pautas. Esse conjunto de elementos evidencia atenção às boas práticas contemporâneas de gestão de recursos humanos e reforça a consistência do modelo apresentado.

6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
<i>máximo de 10 pontos</i>				
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos	FS	4,0
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0 (dois) pontos	FS	2,0
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0 (quatro) pontos	FS	4,0
Totalização do critério		10,0		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é composto pelo conjunto de peças reais apresentadas pela licitante para demonstrar sua competência técnica e sua experiência em campanhas publicitárias já executadas. Nesta etapa, a avaliação considera a qualidade estética e técnica dos materiais, a pertinência criativa das soluções propostas, a clareza das informações apresentadas e a aderência dos trabalhos ao contexto da comunicação pública. Também se observa a capacidade da agência de atuar em campanhas institucionais, educativas e de interesse coletivo, bem como a viabilidade das soluções frente às verbas envolvidas.

O subitem A examina a qualidade técnica e conceitual do conjunto de peças apresentado pela licitante, considerando aspectos como concepção criativa, redação, direção de arte, acabamento e adequação das soluções aos objetivos dos fundamentos da comunicação publicitária e maturidade criativa compatível com demonstram domínio dos fundamentos da comunicação publicitária e maturidade criativa compatível com campanhas institucionais e de interesse público. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Verifica-se que o repertório apresentado contempla o número máximo de peças permitido pelo edital, totalizando nove trabalhos, com distribuição integralmente compatível com as exigências estabelecidas: três filmes destinados à televisão, cinema ou meios digitais, três peças desenvolvidas exclusivamente em áudio e três materiais gráficos voltados à mídia impressa e/ou OOH. Observa-se, ainda, que, dentre os exemplos selecionados, apenas um não está vinculado ao poder público ou a estatais, aspecto que reforça a aderência predominante do repertório ao universo da comunicação institucional. Destaca-se também a observância às vedações editais, uma vez que nenhuma das peças faz referência à Prefeitura de Maceió, bem como o atendimento ao critério de recenticidade, não havendo veiculação anterior a 1º de janeiro de 2020. Do ponto de vista criativo, o conjunto evidencia soluções consistentes sob os aspectos conceitual e estético, com adequada articulação entre linguagem, meio e objetivo comunicacional, atendendo integralmente às exigências técnicas e qualitativas previstas para este subcritério.

O subitem B avalia a clareza e a organização das informações fornecidas pela licitante na apresentação de seu repertório, incluindo fichas técnicas, contextualização dos casos e explicação dos desafios enfrentados em cada trabalho. Considera-se, aqui, a capacidade da agência de expor seus projetos de forma objetiva e compreensível, permitindo a correta leitura do papel desempenhado pelas peças nos contextos em que foram veiculadas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que todos os trabalhos apresentados reúnem informações essenciais para a correta compreensão dos casos, contemplando datas ou períodos de veiculação, praças de exibição e resumos explicativos que situam cada campanha em seu respectivo contexto estratégico. Esses resumos apresentam dados pertinentes para o entendimento dos objetivos comunicacionais e da inserção das peças nos diferentes meios utilizados, inclusive no que se refere à escolha e ao uso dos veículos. Destaca-se, ainda, a atenção dedicada à indicação da abrangência das campanhas, elemento que contribui para uma leitura mais precisa do alcance das ações e da dimensão dos projetos desenvolvidos.

O subitem C analisa a viabilidade das soluções criativas apresentadas, a diversidade dos casos incluídos no repertório e sua aderência às especificidades da comunicação pública. Observa-se se os trabalhos demonstram boa relação entre proposta criativa e condições de execução, bem como se evidenciam experiência da licitante no atendimento a órgãos públicos e em campanhas institucionais de diferentes naturezas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que a quase totalidade das peças selecionadas está vinculada a anunciantes do poder público, incluindo diferentes órgãos governamentais e instituição financeira estatal, o que evidencia alinhamento consistente com o universo da comunicação institucional e com o tipo de demanda associado à conta em disputa. Entre os exemplos apresentados, destaca-se o filme para televisão desenvolvido para a Prefeitura do Recife, cuja pertinência se sobressai pela adequação da abordagem criativa ao contexto de prestação de contas, mesmo diante das limitações inerentes a esse tipo de comunicação. Do ponto de vista da execução, as soluções demonstram compatibilidade entre proposta criativa, meio utilizado e condições práticas de veiculação, com especial atenção às peças concebidas especificamente para áudio, que apresentam linguagem própria e não se configuram como simples transposições de conteúdos audiovisuais. A adequação das praças aos respectivos clientes reforça a leitura de exequibilidade e domínio dos processos de implementação, completando um conjunto coerente e tecnicamente consistente, que atende integralmente aos requisitos previstos para este subcritério.

Senad 1005

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
<i>máximo de 10 pontos</i>				
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0 (três) pontos	FS	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quatro) pontos	FS	4,0
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0 (três) pontos	FS	3,0
Totalização do critério				10,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

Neste item, a licitante apresenta relatos de casos reais em que foi responsável pelo planejamento e pela execução de soluções destinadas a enfrentar desafios concretos de comunicação. A avaliação considera a capacidade da agência de elaborar diagnósticos consistentes, definir objetivos claros, propor estratégias adequadas e demonstrar resultados alcançados. Também são observadas a coerência entre problema, solução e resultados, a clareza da exposição e a organização lógica da narrativa, elementos fundamentais para aferir a maturidade do planejamento publicitário apresentado.

O subitem A examina se os relatos apresentados pela licitante demonstram evidências consistentes de planejamento publicitário, a partir da identificação dos cenários enfrentados, da leitura dos problemas de comunicação e da definição de objetivos compatíveis com cada contexto. Avalia-se, neste ponto, a qualidade do diagnóstico construído e a clareza do raciocínio que orienta as decisões estratégicas adotadas nos casos relatados. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que o volume identificado apresenta o número máximo de relatos permitido pelo instrumento convocatório, contemplando dois casos distintos e adequadamente contextualizados. O primeiro refere-se à campanha de vestibular da UNINASSAU em cenário pós-pandemia, enquanto o segundo aborda uma ação de combate às arboviroses desenvolvida para a Prefeitura do Recife. Em ambos os relatos, a agência demonstra capacidade de leitura da realidade institucional e social dos anunciantes, identificando elementos relevantes do contexto que fundamentam a construção dos desafios de comunicação apresentados. Os diagnósticos evidenciam compreensão dos cenários específicos e articulam, de forma coerente, os objetivos traçados com as demandas observadas, sustentando o desenvolvimento das estratégias propostas e caracterizando o atendimento integral aos requisitos previstos para este subitem.

100%
 100%

500000

VIA IDENTIFICADA

7

O subitem B avalia a consistência das relações estabelecidas entre os problemas de comunicação identificados, as soluções propostas e os resultados apresentados nos casos relatados. Observa-se se as estratégias descritas respondem de forma direta aos desafios diagnosticados, bem como se os resultados demonstrados são pertinentes, mensuráveis e compatíveis com os esforços de comunicação empreendidos. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. No caso referente às matrículas presenciais da UNINASSAU em 2022, verifica-se clara correspondência entre o diagnóstico apresentado e as ações desenvolvidas, com resultados expressivos que superaram as expectativas do anunciante, evidenciados pelo crescimento de 32% no número de matrículas e pela geração de mais de 100 mil leads nos primeiros meses da campanha. Já no relato relacionado ao combate às arbovíroses da Prefeitura do Recife, observa-se êxito igualmente consistente, com forte repercussão nas redes sociais, ampla visibilidade do personagem criado para a campanha e elevado índice de engajamento positivo, além de impacto direto no uso da plataforma de denúncias, que registrou aumento significativo de cadastros. Em ambos os casos, os resultados apresentados demonstram materialidade, coerência com os objetivos propostos e efetividade das estratégias adotadas, atendendo integralmente aos requisitos previstos para este subitem.

O subitem C analisa a organização dos relatos apresentados, considerando a clareza da exposição, a ordenação lógica das informações e a coerência narrativa dos casos descritos. Neste subitem, observa-se se a licitante apresenta os dados de forma estruturada e objetiva, facilitando a compreensão das etapas do planejamento, das escolhas realizadas e dos desdobramentos das ações de comunicação. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Verifica-se que ambos os relatos apresentam encadeamento lógico e fluidez textual adequados, iniciando-se pela contextualização dos cenários enfrentados e evoluindo de maneira coerente até a apresentação dos resultados decorrentes das estratégias adotadas. Os aspectos formais exigidos pelo edital são atendidos, inclusive no que se refere à regularidade das autorizações de produção e veiculação das peças dentro do período estabelecido, conferindo segurança quanto à legitimidade dos materiais apresentados. As peças anexadas funcionam como suporte ilustrativo eficaz aos textos, contribuindo para a compreensão dos casos e reforçando a consistência do percurso estratégico descrito. Diante desse conjunto de elementos, o subcritério atende integralmente às expectativas avaliadas previstas.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AVALIADOR:01	<i>Sarah de Paula Mendes</i>	AGÊNCIA
PONTUAÇÃO:	31,7 (TRINTA E UM PONTOS E SETE DÉCIMOS)	AGÊNCIA AMPLA

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada quesito é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.

Para aferir insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.

Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.

Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.

Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

Sarah Mendes

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	4,0 (quatro) pontos	E5	4,0
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, presteza no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	6,0 (seis) pontos	E4	4,2
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0 (cinco) pontos	E4	3,5
máximo de 15 pontos		Totalização do critério		11,7

Relatório de razões que fundamentam as notas:

Este item da proposta identificada tem a função de avaliar a estrutura real que a licitante coloca à disposição da Secretaria Municipal de Comunicação de Maceió. Nesta etapa, examinam-se os recursos técnicos, humanos e organizacionais que permitirão a execução da conta pública com segurança, eficiência e continuidade. Espera-se que a agência demonstre capacidade operacional compatível com o porte da Prefeitura de Maceió e com a complexidade das demandas de comunicação institucional.

O subitem A examina se a licitante dispõe de estrutura material e humana compatível com as exigências operacionais da conta pública, considerando tanto os recursos físicos e tecnológicos disponíveis quanto a composição, qualificação e dimensionamento da equipe apresentada. Nesta análise, observa-se a capacidade da agência de sustentar, de forma contínua, a execução de campanhas institucionais de médio e grande porte, em consonância com as diretrizes estabelecidas no edital. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que o volume identificado apresenta relação de clientes integralmente composta por entes públicos, respeitando o limite quantitativo previsto no instrumento convocatório e evidenciando experiência direta no atendimento a demandas institucionais. O dimensionamento da equipe destinada ao atendimento da SECOM mostra-se adequado, com a indicação de dezoito profissionais acompanhados de currículos resumidos que permitem identificar formação acadêmica e trajetórias profissionais compatíveis com as funções exercidas. Todas as áreas essenciais ao funcionamento de uma agência de propaganda estão contempladas, assegurando cobertura completa das etapas de planejamento, criação, mídia, produção e atendimento. No que se refere à infraestrutura, a agência demonstra alinhamento às práticas contemporâneas do mercado, apresentando equipamentos e softwares criativos compatíveis com as rotinas das equipes. Destaca-se, ainda, a consistência do suporte informacional disponibilizado, com acesso a pesquisas básicas e avançadas, ferramentas de análise e informativos setoriais colocados à disposição da equipe sem ônus adicional. A manutenção de contratos regulares com empresa

Sarah Ruth

especializada em checking de mídia reforça a confiabilidade dos processos apresentados e amplia a segurança operacional oferecida à contratante.

O subitem B avalia a sistemática de atendimento proposta pela licitante, com foco na organização dos fluxos internos, na clareza dos processos de trabalho e na adoção de práticas que assegurem eficiência, segurança e previsibilidade na relação com a administração pública. São considerados, ainda, os mecanismos de controle, os prazos operacionais, as rotinas de acompanhamento e as medidas relacionadas à proteção e ao gerenciamento das informações institucionais. A proposta da licitante é avaliada como **satisfatoriamente abordada**. Observa-se que o volume identificado apresenta descrição objetiva do fluxo de trabalho, permitindo compreender a lógica de interação entre agência e cliente, bem como a organização das etapas operacionais envolvidas na execução das demandas. Os prazos estabelecidos mostram-se compatíveis com as exigências contratuais e com parâmetros praticados pelo mercado, contemplando tempos adequados para criação de campanhas, ajustes de peças e elaboração de planos de mídia. A gestão das atividades internas é apoiada por software específico, contribuindo para maior controle e organização dos processos. Destaca-se, ainda, a abordagem de diretrizes voltadas à transparência e à responsabilidade no trato das informações, com referência a políticas de segurança alinhadas a padrões internacionais de armazenamento, sigilo e realização de cópias de segurança. Entretanto, a proposta não esclarece de forma suficiente como se dará o relacionamento operacional com a contratante em Maceió, uma vez que a agência informa possuir sede em Recife e não detalha a existência ou a estrutura de base local, nem apresenta diretrizes específicas para o atendimento em outro estado. Essa lacuna, ainda que não comprometa integralmente a sistemática apresentada, limita a previsibilidade do modelo de atendimento, justificando a atribuição de pontuação satisfatória neste subcritério.

O subitem C analisa a estrutura de alocação de profissionais destinada ao atendimento da conta da Secretaria Municipal de Comunicação, observando-se o grau de dedicação da equipe indicada, sua adequação técnica e a coerência do modelo proposto frente ao volume e à complexidade das demandas previstas, bem como aspectos relacionados à gestão de pessoas. A proposta da licitante é avaliada como **satisfatoriamente abordada**. Verifica-se que a agência apresenta a designação de três profissionais em regime de dedicação exclusiva à SECOM, contemplando funções essenciais como atendimento, mídia e criação, o que assegura a presença mínima necessária para a operação da conta. Soma-se a esse núcleo a disponibilização de outros quinze profissionais com dedicação permanente, ainda que não exclusiva, ampliando a capacidade de suporte técnico e conferindo maior flexibilidade ao atendimento. Entretanto, no que se refere às políticas de gestão de pessoas, não são apresentadas informações relativas a diretrizes institucionais voltadas à promoção de equidade étnica, orientação sexual ou perspectiva de gênero, tampouco são mencionadas iniciativas relacionadas a diversidade ou inclusão. Essa ausência limita a abrangência do modelo apresentado sob a ótica das boas práticas contemporâneas de gestão de recursos humanos, justificando a atribuição de pontuação satisfatória para este subcritério.

6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos	E5	4,0
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0 (dois) pontos	E5	2,0
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0 (quatro) pontos	E5	4,0
<i>máximo de 10 pontos</i>		Totalização do critério		10,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é composto pelo conjunto de peças reais apresentadas pela licitante para demonstrar sua competência técnica e sua experiência em campanhas publicitárias já executadas. Nesta etapa, a avaliação considera a qualidade estética e técnica dos materiais, a pertinência criativa das soluções propostas, a clareza das informações apresentadas e a aderência dos trabalhos ao contexto da comunicação pública. Também se observa a capacidade da agência de atuar em campanhas institucionais, educativas e de interesse coletivo, bem como a viabilidade das soluções frente às verbas envolvidas.

O subitem A examina a qualidade técnica e conceitual do conjunto de peças apresentado pela licitante, considerando aspectos como concepção criativa, redação, direção de arte, acabamento e adequação das soluções aos objetivos dos anunciantes. Nesta análise, observa-se se os materiais demonstram domínio dos fundamentos da comunicação publicitária e maturidade criativa compatível com campanhas institucionais e de interesse público. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Verifica-se que o repertório contempla o número máximo de peças permitido pelo edital, totalizando nove trabalhos, com distribuição integralmente compatível com as exigências estabelecidas: três filmes destinados à televisão, cinema ou meios digitais, três peças desenvolvidas exclusivamente em áudio e três materiais gráficos voltados à mídia impressa e/ou OOH. Observa-se, ainda, que parte significativa dos exemplos apresentados — quatro do conjunto — está diretamente relacionada ao poder público, o que contribui para a aderência do repertório ao contexto da comunicação institucional, sem prejuízo à diversidade dos trabalhos exibidos. Destaca-se o atendimento às vedações editalícias, uma vez que nenhuma das peças faz referência à Prefeitura de Maceió, bem como o cumprimento do critério de recenticidade, não havendo veiculação anterior a 1º de janeiro de 2020. Do ponto de vista criativo, o conjunto apresenta soluções bem resolvidas sob os aspectos conceitual e estético, com pertinência criativa e adequação técnica compatíveis com as exigências previstas para este subcritério, o que sustenta a atribuição da pontuação máxima.

O subitem B avalia a clareza e a organização das informações fornecidas pela licitante na apresentação de seu repertório, incluindo fichas técnicas, contextualização dos casos e explicação dos desafios enfrentados em cada trabalho. Considera-se, aqui, a capacidade da agência de expor seus projetos de forma objetiva e compreensível, permitindo a correta leitura do papel desempenhado pelas peças nos contextos em que foram veiculadas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que todos os trabalhos apresentados reúnem os elementos informativos exigidos, contemplando datas ou períodos de veiculação, identificação das praças e resumos explicativos que situam cada campanha em seu respectivo contexto. Esses resumos apresentam dados relevantes para o entendimento dos objetivos comunicacionais e da inserção das peças nas estratégias desenvolvidas para os clientes, contribuindo para uma leitura clara e consistente dos casos. Destaca-se, ainda, a indicação da abrangência das campanhas, aspecto que favorece a compreensão do alcance das ações e da dimensão dos projetos apresentados. Diante da organização das informações e do atendimento integral aos requisitos previstos para este subcritério, o repertório demonstra clareza expositiva e consistência informativa compatíveis com a pontuação máxima atribuída.

O subitem C analisa a viabilidade das soluções criativas apresentadas, a diversidade dos casos incluídos no repertório e sua aderência às especificidades da comunicação pública. Observa-se se os trabalhos demonstram boa relação entre proposta criativa e condições de execução, bem como se evidenciam experiência da licitante no atendimento a órgãos públicos e em campanhas institucionais de diferentes naturezas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que grande parte das peças selecionadas está vinculada a anunciantes do poder público, incluindo trabalhos desenvolvidos para a Prefeitura do Recife e para a SECOM do Espírito Santo, o que evidencia alinhamento consistente com o universo da comunicação institucional e com o tipo de demanda associada à conta em disputa. Entre os exemplos apresentados, destaca-se o vídeo “Manual do Babaca”, produzido para a Prefeitura do Recife, cuja pertinência se sobressai pela abordagem de temática social relevante — o combate ao assédio contra mulheres durante o carnaval, utilizando linguagem adequada ao contexto do evento e ao público-alvo, sem comprometer a clareza da mensagem. Do ponto de vista da execução, as soluções demonstram compatibilidade entre proposta criativa, meios utilizados e condições práticas de veiculação, com atenção especial às peças concebidas especificamente para áudio, que apresentam linguagem própria e não se configuram como simples transposições de conteúdos audiovisuais. A adequação das praças aos respectivos clientes reforça a leitura de exequibilidade e domínio dos processos de implementação, completando um conjunto coerente e tecnicamente consistente, que atende integralmente aos requisitos previstos para este subcritério.

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0 (três) pontos	E5	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quatro) pontos	E5	4,0
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0 (três) pontos	E5	3,0
<i>máximo de 10 pontos</i>		Totalização do critério		10,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

Neste item, a licitante apresenta relatos de casos reais em que foi responsável pelo planejamento e pela execução de soluções destinadas a enfrentar desafios concretos de comunicação. A avaliação considera a capacidade da agência de elaborar diagnósticos consistentes, definir objetivos claros, propor estratégias adequadas e demonstrar resultados alcançados. Também são observadas a coerência entre problema, solução e resultados, a clareza da exposição e a organização lógica da narrativa, elementos fundamentais para aferir a maturidade do planejamento publicitário apresentado.

O subitem A examina se os relatos apresentados pela licitante demonstram evidências consistentes de planejamento publicitário, a partir da identificação dos cenários enfrentados, da leitura dos problemas de comunicação e da definição de objetivos compatíveis com cada contexto. Avalia-se, neste ponto, a qualidade do diagnóstico construído e a clareza do raciocínio que orienta as decisões estratégicas adotadas nos casos relatados. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que o volume identificado contempla o número máximo de relatos permitido pelo instrumento convocatório, apresentando dois casos distintos e adequadamente contextualizados. O primeiro refere-se à campanha Recife Limpa, desenvolvida para a Prefeitura do Recife, voltada à conscientização da população quanto ao correto manejo dos resíduos urbanos, enquanto o segundo aborda uma campanha institucional do Governo do Espírito Santo destinada à promoção e ao desenvolvimento do turismo no estado. Em ambos os relatos, a agência demonstra capacidade de leitura da realidade institucional e social dos anunciantes, identificando elementos centrais dos contextos enfrentados e organizando esses insumos de forma coerente para a construção dos desafios de comunicação apresentados. Os diagnósticos evidenciam compreensão dos cenários analisados e sustentam, com clareza, as estratégias descritas, caracterizando atendimento integral aos requisitos previstos para este subitem.

O subitem B avalia a consistência das relações estabelecidas entre os problemas de comunicação identificados, as soluções propostas e os resultados apresentados nos casos relatados. Observa-se se as estratégias descritas respondem de forma direta aos desafios diagnosticados, bem como se os resultados demonstrados são pertinentes, mensuráveis e compatíveis com os esforços de comunicação empreendidos. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. No caso da campanha Recife Limpa, desenvolvida para a Prefeitura do Recife, verifica-se a utilização prévia de pesquisa de opinião como base para o planejamento, o que permitiu aferir, após a veiculação das ações, aumento significativo no nível de conscientização da população quanto ao descarte adequado de resíduos. Os resultados apresentados indicam crescimento de 27% nesse indicador, além de redução na quantidade de lixo coletado em vias públicas e ampliação do engajamento dos conteúdos da campanha, evidenciando relação direta entre estratégia adotada e efeitos alcançados. Já no relato referente à campanha de promoção do turismo do Governo do Espírito Santo, os resultados demonstram ampla repercussão, com mais de um milhão de impressões dos vídeos e alcance superior a 18 milhões de espectadores, conferindo materialidade ao êxito da ação. Em ambos os casos, os dados apresentados permitem estabelecer relação clara de causa e efeito entre as soluções propostas e os resultados obtidos, atendendo integralmente aos requisitos previstos para este subitem.

O subitem C analisa a organização dos relatos apresentados, considerando a clareza da exposição, a ordenação lógica das informações e a coerência narrativa dos casos descritos. Neste subitem, observa-se se a licitante apresenta os dados de forma estruturada e objetiva, facilitando a compreensão das etapas do planejamento, das escolhas realizadas e dos desdobramentos das ações de comunicação. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Verifica-se que ambos os relatos apresentam encadeamento lógico e fluidez textual adequados, iniciando-se pela contextualização dos cenários enfrentados e evoluindo de maneira coerente até a apresentação dos resultados decorrentes das estratégias adotadas. Os textos atendem aos requisitos formais previstos no edital, inclusive no que se refere às autorizações de produção e veiculação das peças dentro do período estabelecido, conferindo segurança quanto à regularidade dos materiais apresentados. As peças anexadas funcionam como suporte ilustrativo pertinente aos relatos, ampliando a compreensão dos casos e reforçando a leitura do percurso estratégico e criativo descrito. Diante desse conjunto de elementos, o subcritério atende integralmente às expectativas avaliativas previstas.

Senhor

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AVALIADOR:02	<i>Amadeu Vene Deitos</i>	AGÊNCIA
PONTUAÇÃO:	31,7 (TRINTA E UM PONTOS E SETE DÉCIMOS)	AGÊNCIA AMPLA

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada quesito é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.

Para aferir insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.

Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.

Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.

Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	4,0 (quatro) pontos	E5	4,0
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, presteza no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	6,0 (seis) pontos	E4	4,2
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0 (cinco) pontos	E4	3,5
<i>máximo de 15 pontos</i>		Totalização do critério		11,7

Relatório de razões que fundamentam as notas:

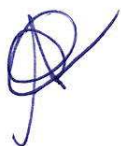
A capacidade de atendimento é composta por três subitens e corresponde a um conjunto descritivo que analisa a capacidade global apresentada pela licitante para o atendimento da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Abrange a dinâmica de prestação dos serviços, a execução das campanhas publicitárias, os fluxos operacionais adotados, a gestão das equipes designadas, bem como outras questões de natureza operacional e gerencial relacionadas ao pessoal alocado para o atendimento da conta.

No primeiro subitem desta etapa, são avaliados os aspectos relacionados aos recursos materiais, à infraestrutura e ao corpo funcional disponibilizados pela candidata nos diversos setores, com vistas ao atendimento das demandas de comunicação da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, observa-se que a candidata apresentou o número máximo de clientes relevantes permitido pelo edital, totalizando oito, integralmente de entes públicos, dentre os quais se destacam as Prefeituras de Viana e de Recife. Também se observa que a equipe disponibilizada pela licitante é composta por dezoito integrantes, detentores de ampla experiência profissional, conforme demonstrado nos minicurrículos apresentados, os quais evidenciam formação acadêmica compatível e trajetória profissional adequada. As principais áreas da agência, nos termos previstos no edital, encontram-se devidamente contempladas, com pelo menos um profissional graduado em comunicação, design, marketing ou áreas correlatas integrando a equipe. No que se refere aos recursos materiais, constata-se o pleno atendimento às exigências editalícias, uma vez que a candidata dispõe de instalações físicas compatíveis e atende aos requisitos tecnológicos, contando com softwares criativos adequados às necessidades operacionais e estratégicas da prestação dos serviços. Por fim, verifica-se que a concorrente disponibiliza, sem ônus adicional, pesquisas básicas e avançadas compatíveis com as demandas de comunicação do município, tais como Kantar Easy Media, Mídia dados Brasil e IVC, Instar Analytics, o Target Group Index e Ad Performance,

além de ferramentas de checagem e auditoria de mídia, a exemplo do MIPO, o que contribui para maior controle, transparência e qualidade no atendimento prestado ao município de Maceió. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No segundo subitem desta etapa, são analisados os aspectos relacionados à sistemática de atendimento à Prefeitura Municipal de Maceió, abrangendo, entre outros, a operacionalidade, a presteza, o cumprimento de obrigações e a observância de prazos. Nesse cenário, constata-se que a candidata descreve sua sistemática de atendimento de maneira clara e objetiva, estabelecendo prazos adequados e compatíveis com a prática de mercado, a saber: prazo de 24 horas para alterações em peças, até três dias corridos para elaboração de plano de mídia e de três a cinco dias para a entrega de campanhas publicitárias. No que concerne à operacionalidade, verifica-se que a concorrente organiza e gerencia seu fluxo de trabalho por meio do software Publiweb, o que contribui para maior controle e eficiência dos processos internos. Destaca-se, ainda, a expertise da licitante no atendimento ao setor público, especialmente no que se refere à segurança da informação, uma vez que demonstra adoção de normas internas de sigilo, procedimentos de armazenamento de dados e sistemas de backup. Contudo a candidata mantém sede em Recife, circunstância que configura uma barreira geográfica, já que não há detalhamento acerca da dinâmica interestadual de contato com a prefeitura nem de constituição posterior de uma base operacional em Maceió, ponto que compromete a capacidade de resposta às demandas do município. Em razão do atendimento dos principais aspectos do quesito **este subitem alcança a escala quatro (satisfatoriamente abordado), correspondente à 70% do esperado para o subitem.**

No terceiro e último subitem desta etapa, são avaliados os aspectos relacionados à capacidade técnica, às políticas identitárias e à dedicação da equipe destinada ao acompanhamento da conta da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, verifica-se que a candidata disponibiliza três profissionais atuando de forma exclusiva no atendimento da conta, além de outros quinze profissionais dedicados à conta, o que evidencia estrutura adequada e capacidade técnica compatível com as demandas do contrato. Contudo, não constam da proposta que as políticas de promoção da igualdade étnico-racial, de gênero ou voltadas ao respeito à orientação sexual. Também não há menção a iniciativas para proteção das pautas das minorias nem para enfrentamento de questões sociais relevantes. Em razão do atendimento dos principais aspectos do quesito **este subitem alcança a escala quatro (satisfatoriamente abordado), correspondente à 70% do esperado para o subitem.**



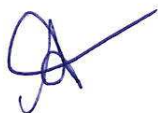
6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos	E5	4,0
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0 (dois) pontos	E5	2,0
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0 (quatro) pontos	E5	4,0
<i>máximo de 10 pontos</i>		Totalização do critério		10,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

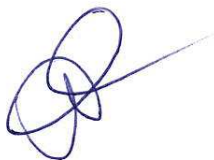
O repertório é composto por três subitem e reúne peças de caráter demonstrativo, apresentadas com o objetivo de comprovar a qualidade do trabalho realizado pela candidata na concepção e elaboração de campanhas publicitárias com resultados relevantes, veiculadas em distintos meios e formatos. Os materiais apresentados devem ser atuais e conter a indicação do período de veiculação e do alcance territorial de atuação, de modo a permitir adequada avaliação.

No primeiro subitem desta etapa, são examinados os aspectos artísticos e técnicos do atendimento prestado pela licitante a contas de clientes anteriores, bem como a compatibilidade das soluções apresentadas com as demandas de comunicação da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse sentido, constata-se que a concorrente apresentou o quantitativo máximo de peças permitido, totalizando nove materiais, todos adequadamente concebidos e executados, sendo três vídeos destinados à veiculação em televisão, cinema ou meios digitais, três peças de áudio e três peças para mídia impressa e/ou OOH. Também se observa atualidade em todas as peças, não havendo qualquer material anterior a janeiro de 2020 entre os exemplos. Ademais, embora haja a presença de clientes de natureza privada, observa-se que os trabalhos foram predominantemente desenvolvidos para entes públicos. Por fim, a licitante respeita a vedação editalícia e se abstém apresentar trabalhos que façam referência à Prefeitura de Maceió. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**



No segundo subitem desta etapa, se avalia nos casos apresentados e nas peças exibidas, questões relativas à qualidade da execução, ao nível de acabamento e à clareza das informações fornecidas, tanto nos materiais publicitários quanto nas sínteses que contextualizam os respectivos casos. Nesse contexto, constata-se que a licitante apresenta relatos objetivos contendo dados essenciais para a compreensão do cenário das campanhas e de sua vinculação às estratégias adotadas para cada cliente. Verifica-se, igualmente, a apresentação das fichas técnicas das peças, com a indicação das praças, dos períodos de veiculação e de breve contextualização dos casos, tudo exposto de forma clara e em estrita observância às exigências editalícias. Ademais, a licitante explicita o alcance das campanhas, elemento fundamental para a adequada análise dos casos apresentados. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No terceiro e último subitem desta etapa, são avaliadas a exequibilidade das soluções apresentadas, bem como a diversidade e a adequação do repertório às necessidades da publicidade da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, constata-se aderência, uma vez que a licitante apresentou repertório composto predominantemente por peças desenvolvidas para o setor público, o que revela plena capacidade de atendimento às demandas do município. As peças apresentadas demonstram variedade de ações e comprovam a viabilidade das soluções propostas pela concorrente em campanhas de seus clientes, destacando-se o vídeo de combate ao assédio contra mulheres durante o Carnaval, desenvolvido para a Prefeitura do Recife, intitulado *"Manual do Babaca"*. Ressalta-se, ainda, que as peças de áudio exibem qualidade técnica e criativa, não se caracterizando como simples reproduções de conteúdos audiovisuais. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**



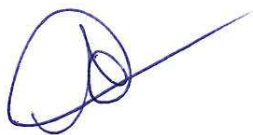
7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0 (três) pontos	E5	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quatro) pontos	E5	4,0
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0 (três) pontos	E5	3,0
<i>máximo de 10 pontos</i>		Totalização do critério		10,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

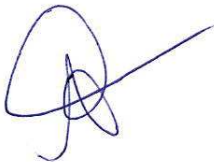
Relato de soluções de problemas de comunicação é composto por três subitem e tem por finalidade avaliar soluções assertivas para desafios de comunicação articuladas pela concorrente, evidenciando, de forma clara, a atuação integrada das diferentes áreas da agência na construção de resultados efetivos e sustentáveis ao longo do tempo.

No primeiro subitem desta etapa, são analisadas as competências das licitantes no planejamento de campanhas, a partir da apresentação de casos concretos. Nesse contexto, verifica-se que a concorrente apresentou o quantitativo máximo de materiais admitido para fins de comprovação da capacidade de planejamento, totalizando dois casos: a campanha “Recife Limpa”, voltada à conscientização sobre o correto manejo de resíduos, desenvolvida para a Prefeitura do Recife e a campanha destinada à promoção e ao desenvolvimento do turismo no Estado do Espírito Santo, realizada para o respectivo governo estadual. Nas duas hipóteses se constata a apresentação de síntese dos desafios de comunicação enfrentados por cada cliente, acompanhada da descrição das soluções concebidas pela licitante, bem como das ações desenvolvidas para o enfrentamento e superação desses desafios. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**



No segundo subitem desta etapa, é analisada a capacidade da candidata de alcançar resultados efetivos, a partir do êxito obtido com as estratégias e táticas adotadas em campanhas anteriormente executadas. Nesse contexto, verifica-se a apresentação de síntese dos desafios de comunicação enfrentados por cada cliente, das soluções propostas pela licitante e, ao final, dos resultados efetivamente alcançados. Observa-se que as estratégias de campanha decorrem de análises criteriosas, refletindo-se em resultados expressivos após a execução das ações. A campanha **“Recife Limpa”**, voltada ao manejo adequado de resíduos, teve como objetivo conscientizar a população recifense acerca do descarte correto do lixo. Após sua veiculação, registrou-se aumento de 27% no nível de conscientização dos munícipes sobre o tema. Além disso houve redução de 12% na quantidade de resíduos coletados em vias públicas, bem como incremento no engajamento dos conteúdos vinculados à campanha. De igual modo, a campanha voltada ao desenvolvimento do turismo no Estado do Espírito Santo foi exitosa, alcançando alcançou mais de um milhão de visualizações dos conteúdos audiovisuais veiculados, impactando mais de 18 milhões de espectadores. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No terceiro e último subitem desta etapa é avaliado a importância dos resultados exibidos posteriormente às ações de comunicação recomendadas pela concorrente. Sob essa perspectiva, constata-se que os dois casos apresentados se encontram devidamente estruturados, com narrativa que contextualiza o cenário inicial enfrentado e evolui até a apresentação dos resultados alcançados a partir das táticas definidas pela agência. Também se observa que os requisitos formais exigidos foram plenamente observados, bem como que os relatos apresentados contam com as devidas autorizações para produção e veiculação, respeitando o período estabelecido no edital. As peças exibidas permitem plena compreensão dos casos, potencializando a leitura crítica e evidenciando a qualidade técnica do trabalho desenvolvido pela licitante. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**



PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AVALIADOR:03	AVALIADOR:03	
AGÊNCIA	AGÊNCIA	
PONTUAÇÃO:	31,7 (TRINTA E UM PONTOS E SETE DÉCIMOS)	AGÊNCIA AMPLA

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada questão é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada questão, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.

Para aferir insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.

Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.

Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.

Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

(Handwritten signature)

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRIPTIVO			MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	4,0	(quatro) pontos	E5		4,0
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, prestação no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	6,0	(seis) pontos			
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0	(cinco) pontos			
Totalização do critério				E4		3,5
máximo de 15 pontos				11,7		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

As especificidades das diversas áreas de atuação técnica das empresas candidatas são analisadas no caderno capacidade de atendimento. Ante esta definição observa-se a desenvoltura no atendimento e nas perspectivas do serviço e realização de campanhas publicitárias. Também são avaliados os serviços prestados diretamente em comunicação: a execução de um fluxo claro de trabalho, os recursos humanos com suas políticas identitárias e demais questões de cunho operacional e gerencial, entre outros.

O primeiro subcritério trata das dimensões estruturais da empresa, elementos qualitativos e quantitativos de sua equipe. O texto do caderno se inicia com a necessária listagem contendo os principais clientes em atividade na agência. O quantitativo não excede ao máximo permitido em edital – oito ao todo – sendo a totalidade de clientes públicos, incluindo as Prefeituras de Viana e do Recife atendidas pela candidata, aspecto considerado positivo. Aqui, a concorrente disponibiliza 18 profissionais para atender a SECOM da Prefeitura de Maceió, incluindo currículos resumidos com formação e experiência - informações elementares para a análise de pessoal. Além disso, todas as áreas fundamentais de uma agência, em particular as listadas no edital, estão representadas na listagem funcional presente em seu conjunto com ao menos um funcionário graduado em comunicação, design, marketing ou áreas afins. A infraestrutura de equipamentos está adaptada à realidade contemporânea das equipes de criação, com softwares criativos compatíveis com seu segmento trabalho. Por fim, a licitante apresenta pesquisas básicas Kantar Easy Media, Mídia dados Brasil e IVC. Como instrumentos de informação avançados temos o Instar Analytics, o Target Group Index e Ad Performance, além de informativos da área disponíveis para a equipe sem ônus adicional. A concorrente mantém contratos regulares com empresas de *checking* (MIPQ) de mídia, serviço importante e desejável colocado a disposição da Prefeitura Municipal de Maceió, o que garante melhor atendimento a contratante. Com um trabalho de excelência, é possível conceder a esta licitante escala máxima neste subcritério (E5).

O segundo subcritério trata do fluxo de atendimento, sua sistemática, além das demais normas comentadas em edital. Neste caso, a candidata apresenta texto com a descrição do fluxo de trabalho dimensionando o relacionamento entre a empresa e seu cliente. Os prazos são compatíveis com as expectativas do contrato e médias do mercado: de (3 a 5) dias para criação de campanhas, (24 horas) ou menos para alteração de peças e até (3) dias corridos para plano de mídia. A candidata gerencia as atividades internas a partir de um software específico, o *Publiweb*, questão considerada positiva. A expertise diferenciada para o setor público é contemplada no volume da concorrência, o que inclui a abordagem de boas políticas de transparência e responsabilidade com o trato da segurança de informação alicergado em políticas internacionais de armazenamento, sigilo e cópias de segurança (backup). A candidata possui uma sede em Recife e não aborda como será o relacionamento com o cliente de outro estado, nem cita base de operação na cidade, ainda que apenas após a contratação. Sendo assim, é possível conceder escala satisfatória ao subcritério (E4).

Já o último subcritério analisa a existência de uma equipe dedicada ao cliente e a qualificação técnica deste conjunto de profissionais, bem como políticas identitárias. Neste aspecto, a licitante determina que 3 profissionais estarão dedicados exclusivamente à SECOP, incluindo profissionais de atendimento, mídia e criação, indispensáveis à operação da conta. Além disso, mais 15 profissionais terão dedicação permanente ao cliente, mas de forma não exclusiva, garantindo excelência no trato da conta. Nas políticas identitárias, contudo, não existem informações sobre políticas de equidade étnica, orientação sexual ou perspectiva de gênero, nem o texto da candidata aborda qualquer preocupação com pautas minoritárias e questões sociais importantes nas melhores empresas de comunicação. Sendo assim, só é possível conceder escala satisfatória ao subcritério (E4).

6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0 (dois) pontos	ES	2,0
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
máximo de 10 pontos		Totalização do critério		
		10,0		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é um conjunto de peças-exemplo que caracterizam a qualidade do trabalho da candidata no desenvolvimento criativo de campanhas com resultados de destaque em diversos suportes. É esperado que os trabalhos apresentem, preferencialmente, data ou período de veiculação e indicação de sua atuação geográfica. A contemporaneidade destes trabalhos também é observada pelos avaliadores.

No primeiro subcritério temos como foco duas questões: a capacidade técnica percebida pela riqueza criativa e o potencial artístico observado na composição textual e imagética das mensagens. Aqui, a licitante apresenta o número máximo permitido pelas diretrizes do edital (9 peças) ao todo. Os limites por categoria são obedecidos: são (03) para filmes em televisão, cinema ou meios digitais; (03) para peças realizadas exclusivamente em áudio e (03) gráficos de mídia impressa e/ou OOH para seus clientes. No volume da concorrência, vemos que entre os exemplos apresentados – quatro do total – estão relacionados ao poder público diretamente. É importante destacar que nenhum trabalho faz referência à Prefeitura de Maceió, aspecto vedado na construção do repertório. Todas as peças são recentes: nenhuma delas foi veiculada anteriormente 01 de janeiro de 2020. Sendo as peças representantes do seu trabalho dotadas de boa concepção e pertinência criativa, o conjunto atende às necessidades estruturais e técnicas do edital, no que é possível conceder escala máxima à candidata, com todos os elementos do subcritério atendidos (E5).

O segundo subcritério aborda as informações presentes na apresentação de seu repertório, sua clareza nas informações prestadas, descrição do caso e a existência dos elementos obrigatórios de identificação das campanhas. Cada trabalho apresentado no conjunto do repertório contém data ou período de veiculação, pequeno resumo do caso em que estão inseridos e peças em que foram exibidos, aspectos positivos nesta instância. Os resumos apresentam dados relevantes para o entendimento do contexto da campanha e da sua inserção nas estratégias desenvolvidas para os clientes. Ao determinar as peças, a candidata destaca a abrangência da campanha, aspecto essencial para entendimento dos casos. Desta forma, atendendo a todos os pontos da instância avaliativa, a candidata obtém escala máxima no item em questão (E5).

Finalmente, no terceiro subcritério, analisamos questões como a aderência dos exemplos do repertório em relação aos desafios da SECOP da Prefeitura de Maceió, bem como sua exequibilidade. A aderência é observada com a presença de grande parte de suas peças relacionadas ao poder público (Prefeitura do Recife e SECOP – E5) – o que demonstra consonância com os desafios de comunicação da conta disputada. Entre as peças apresentadas, o vídeo do manual do babaca para a Prefeitura do Recife, se destaca pela causa que promove: combate ao assédio de mulheres no carnaval, com uso de linguagem compatível com o evento. As peças produzidas especialmente para áudio, se revelam de qualidade, não sendo meras replicações de meios audiovisuais. Sendo plenamente aderente às necessidades da SECOP da capital alagoana, vemos que a adequação das peças aos clientes é evidente e completa o trabalho de qualidade da candidata. Desta forma, atendendo ao esperado para o subcritério, é possível conceder escala máxima ao item em questão (E5).

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0 (três) pontos	ES	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0 (três) pontos	ES	3,0
máximo de 10 pontos		Totalização do critério	10,0	

Relatório de razões que fundamentam as notas:

A análise dos relatos de soluções de comunicação busca avaliar soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planeja das pela concorrente, atestando de forma clara o trabalho integrado entre as áreas da agência para produzir resultados efetivos e duradouros.

O primeiro subcritério observa a capacidade de diagnóstico das candidatas nos relatos apresentados, bem como a capacidade de síntese no texto produzido pelas concorrentes, evidenciando seu trabalho de planejamento. Aqui, vemos que o trabalho da concorrente se fundamenta em elementos de planejamento para desenvolver a descrição do caso e sua consequente observação diagnóstica. O caderno da licitante traz o número máximo de relatos permitidos – dois ao todo – atendendo as demais limitações do instrumento de convocação. O primeiro caso é referente a campanha Recife Limpa da Prefeitura do Recife - que estabelece uma conscientização sobre o trato do lixo. Já o segundo caso é desenvolvido para o Governo do Espírito Santo, para uma campanha de promoção e desenvolvimento do turismo no estado. Em ambos os casos a agência é capaz de observar a realidade do cliente para destacar aspectos capazes de compor o desafio de comunicação a ser resolvido. Uma vez que o conteúdo do subcritério é pertinente, é possível contemplar o trabalho da candidata com escala máxima neste primeiro momento (E5).

O segundo subcritério tem grande relevância por observar o êxito derivado das estratégias e táticas propostas pelas candidatas. Aqui, as relações de causa e efeito são avaliadas junto aos resultados obtidos por seus clientes. O primeiro caso é precedido de pesquisa de opinião, o que permitiu avaliar após a veiculação da campanha um aumento de 27% na conscientização dos recifenses sobre o descarte correto do lixo. Como resultados adicionais, o cliente apontou uma redução de 12% na quantidade de lixo coletado em vias públicas e aumento no engajamento dos conteúdos da campanha. No segundo caso o turismo do Espírito Santo alcançou mais de um milhão de impressões relativas aos vídeos das campanhas, impactando mais de 18 milhões de espectadores. Desta forma, é possível conceder à candidata escala máxima neste segundo momento, por atender a todos os pontos do subcritério (E5).

Por fim, o terceiro subcritério trata da lógica da exposição, incluindo sua ordenação narrativa e fluidez. Neste sentido, ambos os casos são descritos de forma adequada, iniciando com composição textual que privilegia o cenário encontrado e concluindo com resultados derivados dos diagnósticos realizados pela agência. Observa-se que os aspectos formais no texto são atendidos e os relatos tiveram suas autorizações de produção e veiculação dentro período exigido em edital. As peças anexas ao conjunto ilustram de forma adequada o caso apresentado pela licitante, ampliando a percepção do trabalho de excelência da agência. Sendo assim, é possível contemplar o conjunto da candidatura com nota máxima neste terceiro momento (E5).



PLANO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AVALIADOR:01	Sorel de Paula Neuf	AGÊNCIA
PONTUAÇÃO:	35,00 (TRINTA E CINCO PONTOS)	AGÊNCIA BG9

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada questão é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada questão, efetuada-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para afetar Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editoriais, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.
Para afetar insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.
Para afetar parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.
Para afetar satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.
Para afetar totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

Sorel de Paula Neuf

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
		4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	6,0 (seis) pontos	ES	6,0
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, presteza no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	5,0 (cinco) pontos	ES	5,0
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0 (cinco) pontos	ES	5,0
				15,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

Este item da proposta identificada tem a função de avaliar a estrutura real que a licitante coloca à disposição da Secretaria Municipal de Comunicação de Maceió. Nesta etapa, examinam-se os recursos técnicos, humanos e organizacionais que permitirão a execução da conta pública com segurança, eficiência e continuidade. Espera-se que a agência demonstre capacidade operacional compatível com o porte da Prefeitura de Maceió e com a complexidade das demandas de comunicação institucional.

O subitem A examina se a licitante dispõe de estrutura material e humana compatível com as exigências operacionais da conta pública, considerando tanto os recursos físicos e tecnológicos disponíveis quanto a composição, qualificação e dimensionamento da equipe apresentada. Nesta análise, observa-se a capacidade da agência de sustentar, de forma contínua, a execução de campanhas institucionais de médio e grande porte, em consonância com as diretrizes estabelecidas no edital. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que o volume identificado apresenta relação de clientes em atividade dentro do limite previsto no instrumento convocatório, combinando atendimento a órgão público de grande porte e a anunciantes privados de relevância, o que indica versatilidade e experiência compatíveis com a complexidade da conta em disputa. O dimensionamento da equipe destinada ao atendimento da SECOP mostra-se robusto, com a indicação de vinte e seis profissionais acompanhados de currículos resumidos que permitem identificar formação e trajetórias profissionais adequadas às funções desempenhadas. Todas as áreas essenciais ao funcionamento de uma agência de propaganda estão contempladas, assegurando cobertura integral das etapas de planejamento, criação, mídia, produção e atendimento. No que se refere à infraestrutura, a agência demonstra plena adequação às práticas contemporâneas do mercado, apresentando equipamentos e softwares criativos compatíveis com as rotinas das equipes. Destaca-se, ainda, a amplitude do suporte informacional disponibilizado, com acesso a pesquisas básicas e avançadas, bem como a ferramentas de análise e planejamento de mídia e a informativos

Senad Jus

setoriais colocados à disposição da equipe sem ônus adicional. A manutenção de contratos regulares com empresas especializadas em Chicken de mídia reforça a confiabilidade dos processos apresentados e amplia a segurança operacional oferecida à contratante. Diante desse conjunto de elementos, a estrutura apresentada atende integralmente às expectativas previstas para este subcritério.

O subitem B avalia a sistemática de atendimento proposta pela licitante, com foco na organização dos fluxos internos, na clareza dos processos de trabalho e na adoção de práticas que assegurem eficiência, segurança e previsibilidade na relação com a administração pública. São considerados, ainda, os mecanismos de controle, os prazos operacionais, as rotinas de acompanhamento e as medidas relacionadas à proteção e ao gerenciamento das informações institucionais. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que o volume identificado apresenta descrição estruturada do fluxo de trabalho, apoiada por representação gráfica da operacionalidade e por detalhamento das etapas de interação entre agência e cliente, o que contribui para a compreensão do funcionamento cotidiano da conta. Os prazos definidos mostram-se compatíveis com as exigências contratuais e com as médias praticadas pelo mercado, contemplando tempos adequados para criação de campanhas, ajustes de peças e elaboração de planos de mídia. A gestão das atividades internas é realizada por meio de software específico de administração de demandas, favorecendo organização, controle e rastreabilidade dos processos. Destaca-se, ainda, a abordagem consistente das responsabilidades relacionadas à negociação e à segurança da informação, com a adoção de políticas voltadas ao armazenamento adequado de dados, manutenção de sigilo e realização de cópias de segurança, aspectos particularmente relevantes no atendimento a contas públicas. A presença de equipe estruturada em Maceió, com filial dotada de infraestrutura para lidar com a conta, reforça a capacidade de atendimento presencial e a proximidade operacional com a contratante. Diante desse conjunto de elementos, a sistemática apresentada atende integralmente aos requisitos previstos para este subcritério.

O subitem C analisa a estrutura de alocação de profissionais destinada ao atendimento da conta da Secretaria Municipal de Comunicação, observando-se o grau de dedicação da equipe indicada, sua adequação técnica e a coerência do modelo proposto frente ao volume e à complexidade das demandas previstas, bem como aspectos relacionados à gestão de pessoas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Verifica-se que a agência apresenta um arranjo de equipe consistente e bem dimensionado, com a designação de oito profissionais em regime de dedicação exclusiva à SECOM, contemplando funções essenciais como atendimento, mídia e criação, o que assegura a operação contínua da conta. Soma-se a esse núcleo a disponibilidade de dezesseis profissionais com dedicação permanente, ainda que não exclusiva, ampliando a capacidade de resposta e conferindo maior flexibilidade ao atendimento. No âmbito da gestão de pessoas, observa-se a existência de políticas institucionais claramente descritas voltadas à promoção da diversidade, contemplando diretrizes de equidade étnica, respeito à orientação sexual e atenção à perspectiva de gênero. Esse conjunto de práticas evidencia alinhamento com padrões contemporâneos de responsabilidade social e reforça a consistência do modelo apresentado.

Seal

6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0 (dois) pontos	ES	2,0
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
máximo de 10 pontos		Totalização do critério	10,0	

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é composto pelo conjunto de peças reais apresentadas pela licitante para demonstrar sua competência técnica e sua experiência em campanhas publicitárias já executadas. Nesta etapa, a avaliação considera a qualidade estética e técnica dos materiais, a pertinência criativa das soluções propostas, a clareza das informações apresentadas e a aderência dos trabalhos ao contexto da comunicação pública. Também se observa a capacidade da agência de atuar em campanhas institucionais, educativas e de interesse coletivo, bem como a viabilidade das soluções frente às verbas envolvidas.

O subitem A examina a qualidade técnica e conceitual do conjunto de peças apresentado pela licitante, considerando aspectos como concepção criativa, redação, direção de arte, acabamento e adequação das soluções aos objetivos dos anúnciantes. Nesta análise, observa-se se os materiais demonstram domínio dos fundamentos da comunicação publicitária e maturidade criativa compatível com campanhas institucionais e de interesse público. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Verifica-se que a agência apresenta um arranjo de equipe consistente e bem dimensionado, com a designação de oito profissionais em regime de dedicação exclusiva à SECOM, contemplando funções essenciais como atendimento, mídia e criação, o que assegura a operação contínua da conta. Soma-se a esse núcleo a disponibilidade de dezesseis profissionais com dedicação permanente, ainda que não exclusiva, ampliando a capacidade de resposta e conferindo maior flexibilidade ao atendimento. No âmbito da gestão de pessoas, observa-se a existência de políticas institucionais claramente descritas voltadas à promoção da diversidade, contemplando diretrizes de equidade étnica, respeito à orientação sexual e atenção à perspectiva de gênero. Esse conjunto de práticas evidencia alinhamento com padrões contemporâneos de responsabilidade social e reforça a consistência do modelo apresentado.

Sede Jus

O subitem B avalia a clareza e a organização das informações fornecidas pela licitante na apresentação de seu repertório, incluindo fichas técnicas, contextualização dos casos e explicação dos desafios enfrentados em cada trabalho. Considera-se, aqui, a capacidade da agência de expor seus projetos de forma objetiva e compreensível, permitindo a correta leitura do papel desempenhado pelas peças nos contextos em que foram veiculadas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que todos os trabalhos apresentados reúnem os elementos essenciais para a correta compreensão dos casos, contemplando datas ou períodos de veiculação, peças de exibição e resumos explicativos que situam cada campanha em seu respectivo contexto. Esses resumos apresentam informações relevantes para o entendimento das estratégias adotadas, incluindo referências às condições de investimento e à lógica de distribuição dos esforços de comunicação. Destaca-se, ainda, a atenção dedicada à indicação da abrangência das campanhas, aspecto que contribui para uma leitura mais precisa do alcance das ações e da dimensão dos projetos desenvolvidos.

O subitem C analisa a viabilidade das soluções criativas apresentadas, a diversidade dos casos incluídos no repertório e sua aderência às especificidades da comunicação pública. Observa-se se os trabalhos demonstram boa relação entre proposta criativa e condições de execução, bem como se evidenciam experiência da licitante no atendimento a órgãos públicos e em campanhas institucionais de diferentes naturezas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que a maior parte das peças selecionadas está vinculada a anunciantes do poder público, incluindo trabalhos desenvolvidos para a Prefeitura do Recife e para a EMPETUR, o que evidencia alinhamento consistente com o universo da comunicação institucional e com o tipo de demanda associado à conta em disputa. Entre os exemplos apresentados, destaca-se a webserie produzida para a EMPETUR, cuja pertinência se sobressai pela adequação da abordagem criativa às características e limitações próprias do meio digital, mantendo capacidade de engajamento e clareza de mensagem. Do ponto de vista da execução, as soluções demonstram compatibilidade entre proposta criativa, meios utilizados e condições práticas de veiculação, com atenção especial às peças concebidas especificamente para áudio, que apresentam linguagem própria e não se configuram como simples transposições de conteúdos audiovisuais. A adequação das peças aos respectivos clientes reforça a leitura de exequibilidade e domínio dos processos de implementação, completando um conjunto coerente e tecnicamente consistente, que atende integralmente aos requisitos previstos para este subcritério.

sem
Saud

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0 (três) pontos	ES	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0 (três) pontos	ES	3,0
máximo de 10 pontos		Totalização do critério	10,0	

Relatório de razões que fundamentam as notas:

Neste item, a licitante apresenta relatos de casos reais em que foi responsável pelo planejamento e pela execução de soluções destinadas a enfrentar desafios concretos de comunicação. A avaliação considera a capacidade da agência de elaborar diagnósticos consistentes, definir objetivos claros, propor estratégias adequadas e demonstrar resultados alcançados. Também são observadas a coerência entre problema, solução e resultados, a clareza da exposição e a organização lógica da narrativa, elementos fundamentais para aferir a maturidade do planejamento publicitário apresentado.

O subitem A examina se os relatos apresentados pela licitante demonstram evidências consistentes de planejamento publicitário, a partir da identificação dos cenários enfrentados, da leitura dos problemas de comunicação e da definição de objetivos compatíveis com cada contexto. Avalia-se, neste ponto, a qualidade do diagnóstico construído e a clareza do raciocínio que orienta as decisões estratégicas adotadas nos casos relatados. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que o volume identificado contempla o número máximo de relatos permitido pelo instrumento convocatório, apresentando dois casos distintos e adequadamente contextualizados. O primeiro refere-se à campanha "Novo Normal", voltada à comunicação de novas regras de convivência após a estabilização do cenário pandêmico, enquanto o segundo aborda o lançamento da linha grill da Natto Alimentos, com a utilização de Xande Avião como embaixador da marca. Em ambos os relatos, a agência demonstra capacidade de leitura das realidades específicas de cada anunciante, identificando elementos contextuais relevantes e transformando-os em desafios de comunicação claramente delimitados. Os diagnósticos apresentados revelam compreensão dos cenários analisados e sustentam, de forma coerente, o desenvolvimento das estratégias descritas, caracterizando atendimento integral aos requisitos previstos para este subitem.

Gratidão

O subitem B avalia a consistência das relações estabelecidas entre os problemas de comunicação identificados, as soluções propostas e os resultados apresentados nos casos relatados. Observa-se as estratégias descritas respondem de forma direta aos desafios diagnosticados, bem como se os resultados demonstrados são pertinentes, mensuráveis e compatíveis com os esforços de comunicação empreendidos. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. No caso da campanha "Novo Normal", observa-se que as ações adotadas estavam alinhadas ao objetivo de ampliar o desempenho nas mídias sociais, com resultados expressivos que superaram parâmetros médios, evidenciados por mais de 1,4 milhão de visualizações dos conteúdos em vídeo e por taxas de engajamento acima da média nacional. Já no relato referente à Natto Alimentos, voltado ao lançamento e consolidação da linha grill, os resultados apresentados demonstram impacto consistente e progressivo no desempenho comercial, com crescimento sucessivo das vendas ao longo do período analisado, abrangendo aumentos significativos no primeiro ano, manutenção do ritmo em 2023 e expansão adicional no primeiro semestre de 2024. Em ambos os casos, os dados apresentados permitem estabelecer relação clara entre as estratégias adotadas e os efeitos alcançados, evidenciando efetividade das soluções propostas e atendimento integral aos requisitos previstos para este subitem.

O subitem C analisa a organização dos relatos apresentados, considerando a clareza da exposição, a ordenação lógica das informações e a coerência narrativa dos casos descritos. Neste subitem, observa-se se a licitante apresenta os dados de forma estruturada e objetiva, facilitando a compreensão das etapas do planejamento, das escolhas realizadas e dos desdobramentos das ações de comunicação. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Verifica-se que ambos os relatos são apresentados com encadeamento lógico e fluidez textual adequados, iniciando pela contextualização dos cenários enfrentados e evoluindo de maneira coerente até a exposição dos resultados decorrentes das estratégias adotadas. Os aspectos formais exigidos pelo edital são plenamente atendidos, inclusive no que se refere às autorizações de produção e veiculação das peças dentro do período estabelecido, assegurando a regularidade dos materiais apresentados. As peças anexadas aos relatos funcionam como suporte ilustrativo eficaz, contribuindo para a compreensão dos casos e reforçando a leitura do percurso estratégico e criativo descrito. Diante desse conjunto de elementos, o subcritério atende integralmente às expectativas avaliativas previstas.

Souza
Wesley

PLANO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AVALIADOR:02	<i>Marcelo Vieira Braga</i>	AGÊNCIA
PONTUAÇÃO:	35,00 (TRINTA E CINCO PONTOS)	AGÊNCIA BG9

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada questão é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada questão, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.

Para aferir Insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.

Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.

Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.

Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
		4,0	(quatro) pontos	
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	6,0	(seis) pontos	
b)	Sistematização de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, presteza no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	5,0	(cinco) pontos	
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0	(cinco) pontos	
		15,0		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

A capacidade de atendimento é composta por três subitens e corresponde a um conjunto descritivo que analisa a capacidade global apresentada pela licitante para o atendimento da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Abrange a dinâmica de prestação dos serviços, a execução das campanhas publicitárias, os fluxos operacionais adotados, a gestão das equipes designadas, bem como outras questões de natureza operacional e gerencial relacionadas ao pessoal alocado para o atendimento da conta.

No primeiro subitem desta etapa, são avaliados os aspectos relacionados aos recursos materiais, à infraestrutura e ao corpo funcional disponibilizados pela candidata nos diversos setores, com vistas ao atendimento das demandas de comunicação da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, observa-se que a candidata apresentou o número máximo de clientes relevantes permitido pelo edital, totalizando oito, entre clientes públicos e privados, dentre os quais se destaca a Prefeitura do Recife. Também se observa que a equipe disponibilizada pela licitante é composta por vinte e seis integrantes, detentores de ampla experiência profissional, conforme demonstrado nos minicurrículos apresentados, os quais evidenciam formação acadêmica compatível e trajetória profissional adequada. As principais áreas da agência, nos termos previstos no edital, encontram-se devidamente contempladas, com pelo menos um profissional graduado em comunicação, design, marketing ou áreas correlatas integrando a equipe. No que se refere aos recursos materiais, constata-se o pleno atendimento às exigências editoriais, uma vez que a candidata dispõe de instalações físicas compatíveis e atende aos requisitos tecnológicos, contando com softwares criativos adequados às necessidades operacionais e estratégias da prestação dos serviços. Por fim, verifica-se que a concorrente disponibiliza, sem ônus adicional, pesquisas básicas e avançadas compatíveis com as demandas de comunicação do município, tais como Kantar Easy Media, Mídia dados Brasil, IVC, Instar Analytics, o MW Planview e ComScore, além de ferramentas de checagem e auditoria

de mídia, o que contribui para maior controle, transparência e qualidade no atendimento prestado ao município de Maceió. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No segundo subitem desta etapa, são analisados os aspectos relacionados à sistemática de atendimento à Prefeitura Municipal de Maceió, abrangendo, entre outros, a operacionalidade, a prestação, o cumprimento de obrigações e a observância de prazos. Nesse cenário, constata-se que a candidata descreve sua sistemática de atendimento de maneira clara e objetiva, estabelecendo prazos adequados e compatíveis com a prática de mercado, a saber: até 24h para alterações em peças, até três dias corridos para elaboração de plano de mídia e até cinco dias corridos para a entrega de campanhas publicitárias. No que concerne à operacionalidade, verifica-se que a concorrente organiza e gerencia seu fluxo de trabalho por meio do software Publiweb/PubliManager, o que contribui para maior controle e eficiência dos processos internos. Destaca-se, ainda, a expertise da licitante no atendimento ao setor público, especialmente no que se refere à segurança da informação, uma vez que demonstra adoção de normas internas de sigilo, procedimentos de armazenamento de dados e sistemas de backup. Ademais a candidata mantém filial em Maceió, circunstância que assegura proximidade geográfica e plena capacidade de resposta às demandas do município. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No terceiro e último subitem desta etapa, são avaliados os aspectos relacionados à capacidade técnica, às políticas identitárias e à dedicação da equipe destinada ao acompanhamento da conta da Secretaria Municipal de Comunicação de Maceió. Nesse contexto, verifica-se que a candidata disponibiliza oito profissionais atuando de forma exclusiva no atendimento da conta, além de outros 16 profissionais dedicados à conta, o que evidencia estrutura adequada e capacidade técnica compatível com as demandas do contrato. Observa-se, ainda, que as políticas de promoção da igualdade apresentadas na proposta não se limitam a enunciados genéricos. Consta que o setor de recursos humanos mantém políticas institucionais voltadas à equidade étnico-racial, ao respeito à orientação sexual e à promoção da igualdade de gênero, evidenciando efetividade na proteção das pautas das minorias e no enfrentamento de questões sociais relevantes. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

VIA IDENTIFICADA

6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
<i>máximo de 10 pontos</i>				
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos	FS	4,0
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0 (dois) pontos	FS	2,0
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0 (quatro) pontos	FS	4,0
Totalização do critério		10,0		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é composto por três subitens e reúne peças de caráter demonstrativo, apresentadas com o objetivo de comprovar a qualidade do trabalho realizado pela candidata na concepção e elaboração de campanhas publicitárias com resultados relevantes, veiculadas em distintos meios e formatos. Os materiais apresentados devem ser atuais e conter a indicação do período de veiculação e do alcance territorial de atuação, de modo a permitir adequada avaliação.

No primeiro subitem desta etapa, são examinados os aspectos artísticos e técnicos do atendimento prestado pela licitante a contas de clientes anteriores, bem como a compatibilidade das soluções apresentadas com as demandas de comunicação da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse sentido, constata-se que a concorrente apresentou o quantitativo máximo de peças permitido, totalizando nove materiais, todos adequadamente concebidos e executados, sendo três vídeos destinados à veiculação em televisão, cinema ou meios digitais, três peças de áudio e três peças para mídia impressa e/ou OOH. Também se observa atualidade em todas as peças, não havendo qualquer material anterior a janeiro de 2020 entre os exemplos. Ademais, embora haja a presença de clientes de natureza privada, observa-se que os trabalhos foram predominantemente desenvolvidos para entes públicos. Por fim, a licitante respeita a vedação editalícia e se abstém apresentar trabalhos que façam referência à Prefeitura de Maceió. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No segundo subitem desta etapa, se avalia nos casos apresentados e nas peças exibidas, questões relativas à qualidade da execução, ao nível de acabamento e à clareza das informações fornecidas, tanto nos materiais publicitários quanto nas sínteses que contextualizam os respectivos casos. Nesse contexto, constata-se que a licitante apresenta relatos objetivos contendo dados essenciais para a compreensão do cenário das campanhas e de sua vinculação às estratégias adotadas para cada cliente, incluindo informações relativas à verba utilizada. Verifica-se, igualmente, a apresentação das fichas técnicas das peças, com a indicação das praças, dos períodos de veiculação e de breve contextualização dos casos, tudo exposto de

VIA IDENTIFICADA

forma clara e em estrita observância às exigências editalícias. Ademais, a licitante explicita o alcance das campanhas, elemento fundamental para a adequada análise dos casos apresentados. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No terceiro e último subitem desta etapa, são avaliadas a exequibilidade das soluções apresentadas, bem como a diversidade e a adequação do repertório às necessidades da publicidade da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, constata-se aderência, uma vez que a licitante apresentou repertório composto massivamente por peças desenvolvidas para o setor público, o que revela plena capacidade de atendimento às demandas do município. As peças apresentadas demonstram variedade de ações e comprovam a viabilidade das soluções propostas pela concorrente em campanhas de seus clientes, destacando-se webserie para a EMPETUR. Ressalta-se, ainda, que as peças de áudio exibem qualidade técnica e criativa, não se caracterizando como simples reproduções de conteúdos audiovisuais. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRIPTIVO	MAXIMO	ESCALA	NOTA
		3,0	ES	3,0
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0	ES	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0	ES	4,0
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0	ES	3,0
máximo de 10 pontos		Totalização do critério		
		10,0		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

Relato de soluções de problemas de comunicação é composto por três subitens e tem por finalidade avaliar soluções assertivas para desafios de comunicação articuladas pela concorrente, evidenciando, de forma clara, a atuação integrada das diferentes áreas da agência na construção de resultados efetivos e sustentáveis ao longo do tempo.

No primeiro subitem desta etapa, são analisadas as competências das licitantes no planejamento de campanhas, a partir da apresentação de casos concretos. Nesse contexto, verifica-se que a concorrente apresentou o quantitativo máximo de materiais admitido para fins de comprovação da capacidade de planejamento, totalizando dois casos: a campanha de novas regras de convivência após a estabilização a pandemia (Novo normal) e a campanha para o lançamento da linha grill da Natto Alimentos. Nas duas hipóteses se constata a apresentação de síntese dos desafios de comunicação enfrentados por cada cliente, acompanhada da descrição das soluções concebidas pela licitante, bem como das ações desenvolvidas para o enfrentamento e superação desses desafios. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.

No segundo subitem desta etapa, é analisada a capacidade da candidata de alcançar resultados efetivos, a partir do êxito obtido com as estratégias e táticas adotadas em campanhas anteriormente executadas. Nesse contexto, verifica-se a apresentação de síntese dos desafios de comunicação enfrentados por cada cliente, das soluções propostas pela licitante e, ao final, dos resultados efetivamente alcançados. Observa-se que as estratégias de campanha decorrem de análises criteriosas, refletindo-se em resultados expressivos após a execução das ações. A campanha voltada ao "Novo Normal", destinada ao estabelecimento de novas regras de convivência no período posterior à estabilização da pandemia, visava o incremento do desempenho nas mídias sociais, meta que foi amplamente superada, alcançando mais de 1,4 milhão de visualizações nos vídeos e índices de engajamento superiores à média nacional. De igual forma, a campanha de lançamento da linha Grill da Natto Alimentos, com duração de 2022 a 2024, resultou em grande sucesso com crescimento contínuo de vendas: 62% no primeiro ano, 29% no segundo ano e 14% no

primeiro semestre de do terceiro ano. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No terceiro e último subitem desta etapa é avaliado a importância dos resultados exibidos posteriormente às ações de comunicação recomendadas pela concorrente. Sob essa perspectiva, constata-se que os dois casos apresentados se encontram devidamente estruturados, com narrativa que contextualiza o cenário inicial enfrentado e evolui até a apresentação dos resultados alcançados a partir das táticas definidas pela agência. Também se observa que os requisitos formais exigidos foram plenamente observados, bem como que os relatos apresentados contam com as devidas autorizações para produção e veiculação, respeitando o período estabelecido no edital. As peças exibidas permitem plena compreensão dos casos, potencializando a leitura crítica e evidenciando a qualidade técnica do trabalho desenvolvido pela licitante. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**



VIA IDENTIFICADA

PLANO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AGENCIADOR:03	AVALIADOR: 03	
AGÊNCIA	AGÊNCIA BG9	

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada questão é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada questão, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.

Para aferir insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.

Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns aspectos relevantes do questionário ou subquestionário em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.

Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o questionário ou subquestionário em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.

Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o questionário ou subquestionário em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

VIA IDENTIFICADA

[Handwritten signature]

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRIÇÃO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, prestação no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	6,0 (seis) pontos	ES	6,0
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0 (cinco) pontos	ES	5,0
máximo de 15 pontos		Totalização do critério		15,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

As especificidades das diversas áreas de atuação técnica das empresas candidatas são analisadas no caderno capacidade de atendimento. Ante esta definição, observa-se a desenvoltura no atendimento, nas perspectivas do serviço e realização de campanhas publicitárias. Também são avaliados os serviços prestados diretamente em comunicação: a execução de um fluxo claro de trabalho, os recursos humanos com suas políticas identitárias e demais questões de cunho operacional e gerencial.

O primeiro subcritério trata das dimensões estruturais da empresa, elementos qualitativos e quantitativos de sua equipe. O texto do caderno se inicia com a necessária listagem contendo os principais clientes em atividade na agência. O quantitativo não excede ao máximo permitido em edital – oito ao todo – tendo a Prefeituras do Recife e diversos clientes privados de bom nível, atendidos pela candidata, aspecto considerado positivo. Aqui, a concorrente disponibiliza 26 profissionais para atender a SECOM da Prefeitura de Maceió, incluindo currículos resumidos com formação e experiência - informações elementares para a análise de pessoal. Além disso, todas as áreas fundamentais de uma agência, em particular as listadas no edital, estão representadas na listagem funcional presente em seu conjunto com ao menos um funcionário graduado em comunicação, design, marketing ou áreas afins. A infraestrutura de equipamentos está adaptada à realidade contemporânea das equipes de criação, com softwares criativos compatíveis com seu segmento trabalho. A licitante apresenta pesquisas básicas Kantar Easy Media, Mídia dados Brasil e IVC. Como instrumentos de informações avançadas temos o Instar Analytics, o MW Planview e ComScore, além de informativos da área disponíveis para a equipe sem ônus adicional. A concorrente mantém contratos regulares com empresas de checking de mídia, serviço importante e desejável colocado a disposição da Prefeitura Municipal de Maceió, o que garante melhor atendimento à contratante. Com um trabalho de excelência, é possível conceder a esta licitante escala máxima neste subcritério (E5).

O segundo subcritério trata do fluxo de atendimento, sua sistemática, além das demais normas comentadas em edital. Neste caso, a candidata apresenta gráfico de operacionalidade e descrição do fluxo de trabalho dimensionando o relacionamento entre a empresa e seu cliente. Os prazos são compatíveis com as expectativas do contrato e médias do mercado: até (5) dias corridos para criação de campanhas, (24 horas) para alteração de peças e até (3) dias corridos para plano de mídia. A candidata gerencia as atividades internas a partir de um software específico, o Publiweb/PubliManager, questão considerada positiva. A expertise diferenciada para o setor público é contemplada no volume da concorrência, onde inclui abordagem as melhores políticas de negociação e responsabilidade com o trato da segurança de informação, alicerçado nas melhores políticas de armazenamento, sigilo e cópias de segurança (backup). A candidata possui uma equipe em Maceió, onde sua filial contém estrutura para o trato da conta, questão fundamental para o melhor relacionamento com o cliente. Sendo assim, é possível conceder escala máxima permitida ao subcritério, ante a excelência do trabalho produzido (E5).

Já o último subcritério analisa a existência de uma equipe dedicada ao cliente e a qualificação técnica deste conjunto de profissionais, bem como políticas identitárias. Neste aspecto, a licitante determina que 08 profissionais estarão dedicados exclusivamente à SECOP, incluindo profissionais de atendimento, mídia e criação, indispensáveis à operação da conta. Além disso, mais 16 profissionais terão dedicação permanente ao cliente, mas de forma não exclusiva, garantindo excelência no trato da conta. Nas políticas identitárias, os recursos humanos tratam detalhadamente de políticas de equidade étnica, orientação sexual e perspectiva de gênero, demonstrando preocupação com pautas minoritárias e questões sociais importantes nas melhores empresas de comunicação. Sendo assim, é possível conceder escala máxima permitida ao subcritério, ante a excelência do trabalho produzido (E5).

6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos questionários de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos	FS	4,0
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0 (dois) pontos	FS	2,0
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0 (quatro) pontos	FS	4,0
máximo de 10 pontos		Totalização do critério		
		10,0		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é um conjunto de peças-exemplo que caracterizam a qualidade do trabalho da candidata no desenvolvimento criativo de campanhas com resultados de destaque em diversos suportes. É esperado que os trabalhos apresentem, preferencialmente, data ou período de veiculação e indicação de sua atuação geográfica. A contemporaneidade destes trabalhos também é observada pelos avaliadores.

No primeiro subcritério temos como foco duas questões: a capacidade técnica percebida pela riqueza criativa e o potencial artístico observado na composição textual e imagética das mensagens. Aqui, a licitante apresenta o número máximo permitido pelas diretrizes do edital (9 peças) ao todo. Os limites por categoria são obedecidos: são (03) para filmes em televisão, cinema ou meios digitais; (03) para peças realizadas exclusivamente em áudio e (03) gráficos de mídia impressa e/ou OOH para seus clientes. No volume da concorrência, vemos que entre os exemplos apresentados – cinco do total – estão relacionados ao poder público diretamente. É importante destacar que nenhum trabalho faz referência à Prefeitura de Maceió, aspecto vedado na construção do repertório. Todas as peças representantes do seu trabalho dotadas de boa concepção e pertinência criativa, o conjunto atende às necessidades estruturais e técnicas do edital, no que é possível conceder a candidata escala máxima à candidata, com todos os elementos do subcritério atendidos (E5).

O segundo subcritério aborda as informações presentes na apresentação de seu repertório, sua clareza nas informações prestadas, descrição do caso e a existência dos elementos obrigatórios de identificação das campanhas. Cada trabalho apresentado no conjunto do repertório contém data ou período de veiculação, pequeno resumo do caso em que estão inseridos e peças em que foram exibidos, aspectos positivos nesta instância. Os resumos apresentam dados relevantes para o entendimento do contexto da campanha e da sua inserção nas estratégias desenvolvidas para os clientes, incluindo questões de verba. Ao determinar as peças, a candidata destaca a abrangência da campanha, aspecto essencial para entendimento

dos casos. Desta forma, atendendo a todos os pontos da instância avaliativa, a candidata obtém escala máxima no item em questão (E5).

Finalmente, no terceiro subcritério, analisamos a aderência dos exemplos do repertório em relação aos desafios da SECOM da Prefeitura de Maceió, bem como sua exequibilidade. A aderência é observada com a presença da maior parte de suas peças relacionadas ao poder público (Prefeitura do Recife e EMPETUR) – o que demonstra consonância com os desafios de comunicação da conta disputada. Entre as peças apresentadas, a webserie para a EMPETUR se destaca pela grande pertinência, mesmo com as limitações de atenção do meio digital. As peças produzidas especialmente para áudio, se revelam de qualidade, não sendo meras replicações de meios audiovisuais. Sendo plenamente aderente às necessidades da SECOM da capital alagoana, vemos que a adequação das peças aos clientes é evidente e completa o trabalho de qualidade da candidata. Desta forma, atendendo ao esperado para o subcritério, é possível conceder escala máxima ao item em questão (E5).

VIA IDENTIFICADA



7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRITIVO			MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0 (três) pontos	ES	3,0	Totalização do critério	10,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0		
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0 (três) pontos	ES	3,0		
máximo de 10 pontos						

Relatório de razões que fundamentam as notas:

A análise dos relatos de soluções de comunicação busca avaliar soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas pela concorrente, atestando de forma clara o trabalho integrado entre as áreas da agência para produzir resultados efetivos e duradouros.

O primeiro subcritério observa a capacidade de diagnóstico das candidatas nos relatos apresentados, bem como a capacidade de síntese no texto produzido pelas concorrentes, evidenciando seu trabalho de planejamento. Aqui, vemos que o trabalho da concorrente se fundamenta em elementos de planejamento para desenvolver a descrição do caso e sua consequente observação diagnóstica. O caderno da licitante traz o número máximo de relatos permitidos – dois ao todo – atendendo às demais limitações do instrumento de convocação. O primeiro caso é referente ao Novo Normal – campanha de novas regras de convivência após a estabilização a pandemia. O segundo caso é da Natto Alimentos, numa campanha para o lançamento da sua linha grill, tendo Xande avião como embaixador. Em ambos os casos a agência é capaz de observar a realidade do cliente para destacar aspectos capazes de compor o desafio de comunicação a ser resolvido. Uma vez que o conteúdo do subcritério é pertinente, é possível contemplar o trabalho da candidata com escala máxima neste primeiro momento (E5).

O segundo subcritério tem grande relevância por observar o êxito derivado das estratégias e táticas propostas pelas candidatas. Aqui, as relações de causa e efeito são avaliadas junto aos resultados obtidos por seus clientes. O primeiro caso trata da volta do Novo Normal, que buscava incremento no desempenho das mídias sociais: os resultados foram superados com mais de 1,400 milhão de visualizações nos vídeos e taxas de engajamento, acima da média nacional. O segundo caso também revela sucesso da concorrente: a campanha da Natto Alimentos se inicia em 2022 e termina em 2024, gerando aumentos sucessivos em vendas: 62% no primeiro ano; 29% em 2023 e 14% no primeiro semestre de 2024. Desta forma, é possível conceder à candidata escala máxima neste segundo momento, por atender a todos os pontos do subcritério (E5).

Por fim, o terceiro subcritério trata da lógica da exposição, incluindo sua ordenação narrativa e fluidez. Neste sentido, ambos os casos são descritos de forma adequada, iniciando com uma composição textual que privilegia o cenário encontrado e concluindo com resultados derivados dos prognósticos realizados pela agência. Observa-se que os aspectos formais no texto são atendidos e os relatos tiveram suas autorizações de produção e veiculação dentro período exigido em edital. As peças anexas ao conjunto ilustram de forma adequada o caso apresentado pela licitante, ampliando a percepção do trabalho de excelência da agência. Sendo assim, é possível contemplar o conjunto da candidata com nota máxima neste terceiro momento (E5).



PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AVALIADOR:01	<i>Sarah de Paula Mendes</i>	AGÊNCIA
PONTUAÇÃO:	32,0 (TRINTA E DOIS PONTOS)	AGÊNCIA CONCEITO

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada quesito é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para afetar Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrência não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.
Para afetar insuficientemente abordado: o texto da concorrência atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.
Para afetar parcialmente abordado: o texto da concorrência contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.
Para afetar satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.
Para afetar totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

Sarah de Paula Mendes

Relatório de razões que fundamentam as notas:

Este item da proposta identificada tem a função de avaliar a estrutura real que a licitante coloca à disposição da Secretaria Municipal de Comunicação de Maceió. Nesta etapa, examinam-se os recursos técnicos, humanos e organizacionais que permitirão a execução da conta pública com segurança, eficiência e continuidade. Espera-se que a agência demonstre capacidade operacional compatível com o porte da Prefeitura de Maceió e com a complexidade das demandas de comunicação institucional.

2

processos apresentados e amplia a segurança operacional oferecida à contratante. Diante desse conjunto de elementos, a estrutura apresentada atende integralmente às expectativas previstas para este subcritério.

O subitem B avalia a sistemática de atendimento proposta pela licitante, com foco na organização dos fluxos internos, na clareza dos processos de trabalho e na adoção de práticas que assegurem eficiência, segurança e previsibilidade na relação com a administração pública. São considerados, ainda, os mecanismos de controle, os prazos operacionais, as rotinas de acompanhamento e as medidas relacionadas à proteção e ao gerenciamento das informações institucionais. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que o volume identificado apresenta descrição objetiva do fluxo de trabalho, permitindo compreender de forma clara a dinâmica de relacionamento entre agência e cliente ao longo das etapas de criação, ajustes e planejamento de mídia. Os prazos estabelecidos mostram-se compatíveis com as exigências contratuais e com as médias praticadas pelo mercado, contemplando intervalos adequados para o desenvolvimento de campanhas, alterações de peças e elaboração de planos de mídia. A gestão das atividades internas é apoiada por software específico, o que contribui para maior controle, organização e rastreabilidade dos processos. Destaca-se, ainda, a abordagem consistente das responsabilidades relacionadas à segurança da informação, com referência a políticas de armazenamento e realização de cópias de segurança. A existência de filial em Maceió, dotada de estrutura para o atendimento da conta, reforça a capacidade de resposta local e favorece o relacionamento direto com a contratante. Diante desse conjunto de elementos, a sistemática apresentada atende integralmente aos requisitos previstos para este subcritério, justificando a atribuição da pontuação máxima.

O subitem C analisa a estrutura de alocação de profissionais destinada ao atendimento da conta da Secretaria Municipal de Comunicação, observando-se o grau de dedicação da equipe indicada, sua adequação técnica e a coerência do modelo proposto frente ao volume e à complexidade das demandas previstas, bem como aspectos relacionados à gestão de pessoas. A proposta da licitante é avaliada como **parcialmente abordada**. Observa-se que o volume identificado não estabelece a designação de profissionais em regime de dedicação exclusiva à SECOM, elemento que contribuiria para maior previsibilidade e excelência no acompanhamento cotidiano da conta. Ainda que a agência disponha de equipe qualificada, a ausência dessa definição limita a clareza quanto à prioridade operacional conferida ao atendimento da contratante. Ademais, o material apresentado não contempla diretrizes ou políticas institucionais voltadas à equidade de gênero, diversidade étnica ou questões sociais, nem indica ações estruturadas relacionadas a essas temáticas. A ausência desses elementos reduz a aderência da proposta às boas práticas contemporâneas de gestão de pessoas no setor de comunicação. Diante da presença apenas parcial dos requisitos previstos para este subcritério, justifica-se a atribuição de pontuação intermediária.

6. REPERTÓRIO

ITEM		DESCRITIVO			MÁXIMO		ESCALA	NOTA
a)		Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;			4,0	(quatro) pontos	ES	4,0
b)		A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;			2,0	(dois) pontos	ES	2,0
c)		Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.			4,0	(quatro) pontos	ES	4,0
					Totalização do critério		10,0	

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é composto pelo conjunto de peças reais apresentadas pela licitante para demonstrar sua competência técnica e sua experiência em campanhas publicitárias já executadas. Nesta etapa, a avaliação considera a qualidade estética e técnica dos materiais, a pertinência criativa das soluções propostas, a clareza das informações apresentadas e a aderência dos trabalhos ao contexto da comunicação pública. Também se observa a capacidade da agência de atuar em campanhas institucionais, educativas e de interesse coletivo, bem como a viabilidade das soluções frente às verbas envolvidas.

O subitem A examina a qualidade técnica e conceitual do conjunto de peças apresentado pela licitante, considerando aspectos como concepção criativa, redação, direção de arte, acabamento e adequação das soluções aos objetivos dos anunciantes. Nesta análise, observa-se se os materiais demonstram domínio dos fundamentos da comunicação publicitária e maturidade criativa compatível com campanhas institucionais e de interesse público. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que o volume identificado contempla o número máximo de peças permitido pelo edital, totalizando nove trabalhos distribuídos de forma plenamente compatível com os limites estabelecidos por categoria, abrangendo filmes para televisão, cinema ou meios digitais, peças desenvolvidas exclusivamente em áudio e materiais gráficos destinados à mídia impressa e ou OOH. Verifica-se que a totalidade dos exemplos apresentados está vinculada ao poder público ou a empresas estatais, o que evidencia alinhamento direto com o universo da comunicação institucional. Destaca-se o atendimento o cumprimento do critério de recenticidade, não havendo veiculação anterior a primeiro de janeiro de dois mil e vinte. Do ponto de vista criativo e técnico, o conjunto revela soluções bem resolvidas, com pertinência conceitual e qualidade formal compatíveis com as exigências previstas, justificando a atribuição da pontuação máxima neste subcritério.

O subitem B avalia a clareza e a organização das informações fornecidas pela licitante na apresentação de seu repertório, incluindo fichas técnicas, contextualização dos casos e explicação dos desafios enfrentados em cada trabalho. Considera-se, aqui, a capacidade da agência de expor seus projetos

Sarah
Lucas

O subitem B avalia a clareza e a organização das informações fornecidas pela licitante na apresentação de seu repertório, incluindo fichas técnicas, contextualização dos casos e explicação dos desafios enfrentados em cada trabalho. Considera-se, aqui, a capacidade da agência de expor seus projetos de forma objetiva e compreensível, permitindo a correta leitura do papel desempenhado pelas peças nos contextos em que foram veiculadas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que todos os exemplos apresentados reúnem os dados essenciais exigidos pelo edital, incluindo indicação de datas ou períodos de veiculação, contextualização dos casos e identificação das peças em que as campanhas foram exibidas. Os resumos apresentados permitem compreender de forma objetiva o cenário em que cada ação foi desenvolvida e sua inserção nas estratégias adotadas para os respectivos clientes, contemplando, inclusive, informações relacionadas aos veículos utilizados. Destaca-se, ainda, a indicação da abrangência das campanhas associadas às peças apresentadas, aspecto que contribui para uma leitura mais precisa do alcance das ações e da dimensão dos projetos. Diante da organização das informações e do atendimento integral aos requisitos previstos para este subcritério, o repertório demonstra clareza expositiva e consistência informativa compatíveis com a atribuição da pontuação máxima.

O subitem C analisa a viabilidade das soluções criativas apresentadas, a diversidade dos casos incluídos no repertório e sua aderência às especificidades da comunicação pública. Observa-se os trabalhos demonstram boa relação entre proposta criativa e condições de execução, bem como se evidenciam experiência da licitante no atendimento a órgãos públicos e em campanhas institucionais de diferentes naturezas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que a totalidade das peças selecionadas está vinculada a anunciantes do poder público, abrangendo governos estaduais, administrações municipais e empresas estatais, o que evidencia alinhamento consistente com o universo da comunicação pública e com o perfil da conta em disputa. Entre os exemplos apresentados, destaca-se o filme para televisão desenvolvido para a Prefeitura de Aracaju, que aborda o tema do trabalho infantil de forma sensível e impactante, demonstrando capacidade de tratar questões sociais relevantes com linguagem adequada e forte apelo institucional. Do ponto de vista da execução, as peças revelam compatibilidade entre proposta criativa, meios utilizados e contextos de veiculação, com atenção especial aos materiais concebidos especificamente para áudio, que apresentam soluções próprias e não se configuram como simples adaptações de conteúdos audiovisuais

Goel
Lucca

Santa Luz

O subitem A examina se os relatos apresentados pela licitante demonstram evidências consistentes de planejamento publicitário, a partir da identificação dos cenários enfrentados, da leitura dos problemas de comunicação e da definição de objetivos compatíveis com cada contexto. Avalia-se, neste ponto, a qualidade do diagnóstico construído e a clareza do raciocínio que orienta as decisões estratégicas adotadas nos casos relatados. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que o volume identificado contempla o número máximo de relatos permitido pelo instrumento convocatório, apresentando dois casos distintos e devidamente contextualizados. O primeiro refere-se a ações voltadas à promoção do turismo no Estado de Sergipe no período pós pandemia, nas quais a agência estrutura o diagnóstico a partir da necessidade de reposicionamento do destino e de estímulo à retomada do fluxo turístico. O segundo caso aborda campanha de sensibilização destinada a ampliar o engajamento da população nas ações da Assembleia Legislativa de Sergipe, construída a partir da leitura do distanciamento entre instituição e sociedade. Em ambos os relatos, a agência demonstra capacidade de observar a realidade dos clientes, identificar os principais desafios de comunicação e organizar essas informações de forma coerente e objetiva, evidenciando domínio do raciocínio estratégico exigido para o atendimento integral deste subitem.

Neste item, a licitante apresenta relatos de casos reais em que foi responsável pelo planejamento e pela execução de soluções destinadas a enfrentar desafios concretos de comunicação. A avaliação considera a capacidade da agência de elaborar diagnósticos consistentes, definir objetivos claros, propor estratégias adequadas e demonstrar resultados alcançados. Também são observadas a coerência entre problema, solução e resultados, a clareza da exposição e a organização lógica da narrativa, elementos fundamentais para aferir a maturidade do planejamento publicitário apresentado.

Relatório de razões que fundamentam as notas:

ITEM	DESCRIPTIVO	máximo de 10 pontos			Totalização do critério	10,0
		3,0	(três) pontos	ES		
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0	(três) pontos	ES		3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0	(quatro) pontos	ES		4,0
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0	(três) pontos	ES		3,0
DESCRITIVO		MÁXIMO	ESCALA	NOTA		

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

O subitem B avalia a consistência das relações estabelecidas entre os problemas de comunicação identificados, as soluções propostas e os resultados apresentados nos casos relatados. Observa-se se as estratégias descritas respondem de forma direta aos desafios diagnosticados, bem como se os resultados demonstrados são pertinentes, mensuráveis e compatíveis com os esforços de comunicação empreendidos. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. No caso relacionado à promoção do turismo no Estado de Sergipe, os indicadores apresentados demonstram desempenho expressivo no ambiente digital, com volume superior a seis milhões de visualizações, incluindo resultados relevantes em plataformas de comercialização de pacotes turísticos, o que contribuiu de forma indireta para o aumento do fluxo de hóspedes no período da campanha. Já no segundo relato, voltado à ampliação do engajamento da população com as ações da Assembleia Legislativa de Sergipe, observa-se superação de um cenário inicial de baixo interesse público, com mais de um milhão de visualizações das peças digitais e crescimento das interações nos canais institucionais. Em ambos os casos, os dados apresentados permitem identificar relação consistente de causa e efeito entre as estratégias propostas e os resultados obtidos, atendendo integralmente aos requisitos previstos para este subcritério.

O subitem C analisa a organização dos relatos apresentados, considerando a clareza da exposição, a ordenação lógica das informações e a coerência narrativa dos casos descritos. Neste subitem, observa-se se a licitante apresenta os dados de forma estruturada e objetiva, facilitando a compreensão das etapas do planejamento, das escolhas realizadas e dos desdobramentos das ações de comunicação. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que ambos os relatos são apresentados com encadeamento lógico adequado, iniciando pela contextualização dos cenários enfrentados e avançando de forma clara até a exposição dos resultados decorrentes das estratégias adotadas. Os aspectos formais exigidos pelo edital são integralmente atendidos, inclusive no que se refere às autorizações de produção e veiculação das peças dentro do período estabelecido, assegurando a regularidade do material apresentado. As peças anexadas funcionam como suporte ilustrativo pertinente aos relatos, contribuindo para a compreensão dos casos e reforçando a percepção da qualidade técnica e estratégica do trabalho desenvolvido. Diante desse conjunto de elementos, o subcritério atende plenamente às expectativas avaliativas previstas.

Santa Maria

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AGÊNCIA	<i>Aluana de Almeida</i>	
AGÊNCIA	32,0 (TRINTA E DOIS PONTOS)	
CONCEITO	PONTUAÇÃO:	

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada questão é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada questão, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.
Para aferir insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.
Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.
Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.
Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

VIA IDENTIFICADA

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRITIVO			MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	4,0	(quatro) pontos	ES		4,0
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, presteza no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	6,0	(seis) pontos	ES		6,0
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0	(cinco) pontos	E3		2,0
máximo de 15 pontos				Totalização do critério		12,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

A capacidade de atendimento é composta por três subitens e corresponde a um conjunto descritivo que analisa a capacidade global apresentada pela licitante para o atendimento da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Abrange a dinâmica de prestação dos serviços, a execução das campanhas publicitárias, os fluxos operacionais adotados, a gestão das equipes designadas, bem como outras questões de natureza operacional e gerencial relacionadas ao pessoal alocado para o atendimento da conta.

No primeiro subitem desta etapa, são avaliados os aspectos relacionados aos recursos materiais, à infraestrutura e ao corpo funcional disponibilizados pela candidata nos diversos setores, com vistas ao atendimento das demandas de comunicação da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, observa-se que a candidata apresentou o número máximo de clientes relevantes permitido pelo edital, totalizando oito, com predominância de entes públicos, dentre os quais se destacam o Governo do Estado de Sergipe, a prefeitura Municipal de Aracaju, Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe, Sergas -SE, SESC, ALGAS e o Instituto Hêlvio Dória Maciel. Também se observa que a equipe disponibilizada pela licitante é composta por vinte e um integrantes, detentores de ampla experiência profissional, conforme demonstrado nos minicurriculos apresentados, os quais evidenciam formação acadêmica compatível e trajetória profissional adequada. As principais áreas da agência, nos termos previstos no edital, encontram-se devidamente contempladas, com pelo menos um profissional graduado em comunicação, design, marketing ou áreas correlatas integrando a equipe. No que se refere aos recursos materiais, constata-se o pleno atendimento às exigências editoriais, uma vez que a candidata dispõe de instalações físicas compatíveis e atende aos requisitos tecnológicos, contando com softwares criativos adequados às necessidades operacionais e estratégicas da prestação dos serviços. Por fim, verifica-se que a concorrência disponibiliza, sem ônus adicional, pesquisas básicas e avançadas compatíveis com as demandas de comunicação do município, tais como Easy Media, IVC e Semrush, Instar Analytics, o Mention Monitor e

VIA IDENTIFICADA

Compspoint, além de ferramentas de checagem e auditoria de mídia, a exemplo do CM Mídia, o que contribui para maior controle, transparência e qualidade no atendimento prestado ao município de Maceió. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito este subitem alcança a escala cinco (totalmente

abordado), correspondente à nota máxima.

No segundo subitem desta etapa, são analisados os aspectos relacionados à sistemática de atendimento à Prefeitura Municipal de Maceió, abrangendo, entre outros, a operacionalidade, a prontez, o cumprimento de obrigações e a observância de prazos. Nesse cenário, constata-se que a candidata descreve sua sistemática de atendimento de maneira clara e objetiva, estabelecendo prazos adequados e compatíveis com a prática de mercado, a saber: prazo de um a dois dias para alterações em peças, até sete dias para elaboração de plano de mídia e de dois a sete dias para a entrega de campanhas publicitárias. No que concerne à operacionalidade, verifica-se que a concorrente organiza e gerencia seu fluxo de trabalho por meio do software Publmanager, o que contribui para maior controle e eficiência dos processos internos. Destaca-se, ainda, a expertise da licitante no atendimento ao setor público, especialmente no que se refere à segurança da informação, uma vez que demonstra adoção de normas internas de sigilo, procedimentos de armazenamento de dados e sistemas de backup. Ademais a candidata mantém filial em Maceió, circunstância que assegura proximidade geográfica e plena capacidade de resposta às demandas do município. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.

No terceiro e último subitem desta etapa, são avaliados os aspectos relacionados à capacidade técnica, às políticas identitárias e à dedicação da equipe destinada ao acompanhamento da conta da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, verifica-se que a candidata disponibiliza dezoito profissionais dedicados no atendimento da conta, não havendo profissionais atuando de forma exclusiva, o que embora haja capacidade técnica compatível com as demandas do contrato revela estrutura menos adequada. Além disso, não constam da proposta, que as políticas de promoção da igualdade étnico-racial, de gênero ou voltadas ao respeito à orientação sexual. Também não há menção a iniciativas para proteção das pautas das minorias nem para enfrentamento de questões sociais relevantes. Em razão do atendimento de alguns dos aspectos do quesito este subitem alcança a escala três (parcialmente abordado), correspondente à 40% do esperado para o subitem.

6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
		4,0	(quatro) pontos	
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos questionários de concepção e pertinência criativa;	4,0	(quatro) pontos	
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0	(dois) pontos	
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0	(quatro) pontos	
		4,0	(quatro) pontos	
		ES		10,0
			Totalização do critério	

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é composto por três subitens e reúne peças de caráter demonstrativo, apresentadas com o objetivo de comprovar a qualidade do trabalho realizado pela candidata na concepção e elaboração de campanhas publicitárias com resultados relevantes, veiculadas em distintos meios e formatos. Os materiais apresentados devem ser atuais e conter a indicação do período de veiculação e do alcance territorial de atuação, de modo a permitir adequada avaliação.

No primeiro subitem desta etapa, são examinados os aspectos artísticos e técnicos do atendimento prestado pela licitante a contas de clientes anteriores, bem como a compatibilidade das soluções apresentadas com as demandas de comunicação da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse sentido, constata-se que a concorrente apresentou o quantitativo máximo de peças permitido, totalizando nove materiais, todos adequadamente concebidos e executados, sendo três vídeos destinados à veiculação em televisão, cinema ou meios digitais, três peças de áudio e três peças para mídia impressa e/ou OOH. Também se observa atualidade em todas as peças, não havendo qualquer material anterior a janeiro de 2020 entre os exemplos. Ademais, observa-se que os trabalhos foram integralmente desenvolvidos para entes públicos. Por fim, a licitante respeita a vedação editalícia e se abstém apresentar trabalhos que façam referência à Prefeitura de Maceió. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No segundo subitem desta etapa, se avalia, nos casos apresentados e nas peças exibidas, questões relativas à qualidade da execução, ao nível de acabamento e à clareza das informações fornecidas, tanto nos materiais publicitários quanto nas sínteses que contextualizam os respectivos casos. Nesse contexto, constata-se que a licitante apresenta relatos objetivos contendo dados essenciais para a compreensão do cenário das campanhas e de sua vinculação às estratégias adotadas para cada cliente, incluindo informações relativas aos veículos empregados. Verifica-se, igualmente, a apresentação das fichas técnicas das peças, com a indicação das prças, dos períodos de veiculação e de breve contextualização dos casos, tudo exposto de forma clara e em estrita observância às exigências editalícias. Ademais, a licitante explicita o alcance das campanhas, elemento fundamental para a adequada análise dos casos apresentados. Em razão do

VIA IDENTIFICADA

atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No terceiro e último subitem desta etapa, são avaliadas a exequibilidade das soluções apresentadas, bem como a diversidade e a adequação do repertório às necessidades da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, constata-se elevado grau de aderência, uma vez que a licitante apresentou repertório composto quase integralmente por peças desenvolvidas para o setor público, o que revela plena capacidade de atendimento às demandas do município. As peças apresentadas demonstram variedade de ações e comprovam a viabilidade das soluções propostas pela concorrente em campanhas de seus clientes, destacando-se o filme para televisão sobre trabalho infantil produzido para a Prefeitura de Aracaju. Ressalta-se, ainda, que as peças de áudio exibem qualidade técnica e criativa, não se caracterizando como simples reproduções de conteúdos audiovisuais. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**



7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRITIVO			MAXIMO	ESCALA	NOTA
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0 (três) pontos	ES	3,0		
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0		
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0 (três) pontos	ES	3,0		
Totalização do critério						10,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

Relato de soluções de problemas de comunicação é composto por três subitens e tem por finalidade avaliar soluções assertivas para desafios de comunicação articuladas pela concorrente, evidenciando, de forma clara, a atuação integrada das diferentes áreas da agência na construção de resultados efetivos e sustentáveis ao longo do tempo.

No primeiro subitem desta etapa, são analisadas as competências das licitantes no planejamento de campanhas, a partir da apresentação de casos concretos. Nesse contexto, verifica-se que a concorrente apresentou o quantitativo máximo de materiais admitido para fins de comprovação da capacidade de planejamento, totalizando dois casos: A campanha de promoção do turismo no Estado de Sergipe, realizada no contexto de retomada pós-pandemia, e a campanha de sensibilização da população para o engajamento nas ações institucionais da Assembleia Legislativa de Sergipe (ALESE). Em ambos os casos, constata-se a apresentação de síntese dos desafios de comunicação enfrentados por cada cliente, acompanhada da descrição das soluções concebidas pela licitante, bem como das ações desenvolvidas para o enfrentamento e superação desses desafios. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No segundo subitem desta etapa, é analisada a capacidade da candidata de alcançar resultados efetivos, a partir do êxito obtido com as estratégias e táticas adotadas em campanhas anteriormente executadas. Nesse contexto, verifica-se a apresentação de síntese dos desafios de comunicação enfrentados por cada cliente, das soluções propostas pela licitante e, ao final, dos resultados efetivamente alcançados. Observa-se que as estratégias de campanha decorrem de análises criteriosas, refletindo-se em resultados expressivos após a execução das ações. A campanha de promoção do turismo no Estado de Sergipe apresentou desempenho expressivo, alcançando mais de seis milhões de visualizações no ambiente digital, das quais 2,8 milhões concentraram-se em plataforma de comercialização de pacotes turísticos, contribuindo, ainda que indiretamente, para um incremento de 30% nas hospedagens em Sergipe. De igual modo, a campanha de sensibilização desenvolvida para a Assembleia Legislativa de Sergipe (ALESE), voltada ao engajamento de um público historicamente pouco interessado no tema, obteve resultados positivos: foram registradas mais de um milhão de visualizações digitais das peças veiculadas, com ampliação da

interação nos canais institucionais da Assembleia. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No terceiro e último subitem desta etapa é avaliado a importância dos resultados exibidos posteriormente às ações de comunicação recomendadas pela concorrente. Sob essa perspectiva, constata-se que os dois casos apresentados se encontram devidamente estruturados, com narrativa que contextualiza o cenário inicial enfrentado e evolui até a apresentação dos resultados alcançados a partir das táticas definidas pela agência. Também se observa que os requisitos formais exigidos foram plenamente observados, bem como que os relatos apresentados contam com as devidas autorizações para produção e veiculação, respeitando o período estabelecido no edital. As peças exibidas permitem plena compreensão dos casos, potencializando a leitura crítica e evidenciando a qualidade técnica do trabalho desenvolvido pela licitante. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AVALIADOR:03	AVALIADOR:03	
PONTUAÇÃO:	32,0 (TRINTA E DOIS PONTOS)	
AGÊNCIA	AGÊNCIA	

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada questão é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada questão, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrência não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editoriais, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.
Para aferir Insuficientemente abordado: o texto da concorrência atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.
Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrência contempla apenas alguns aspectos relevantes do questionário ou subquestionário em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.
Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o questionário ou subquestionário em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.
Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o questionário ou subquestionário em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

VIA IDENTIFICADA

A

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	6,0 (seis) pontos	ES	6,0
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0 (cinco) pontos	E3	2,0
Totalização do critério		12,0		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

As especificidades das diversas áreas de atuação técnica das empresas candidatas são analisadas no caderno capacidade de atendimento. Ante esta definição observa-se a desenvoltura no atendimento e nas perspectivas do serviço e realização de campanhas publicitárias. Também são avaliados os serviços prestados diretamente em comunicação: a execução de um fluxo claro de trabalho, os recursos humanos com suas políticas identitárias e demais questões de cunho operacional e gerencial.

O primeiro subcritério trata das dimensões estruturais da empresa, elementos qualitativos e quantitativos de sua equipe. O texto do caderno se inicia com a necessária listagem contendo os principais clientes em atividade na agência. O quantitativo não excede ao máximo permitido em edital – oito ao todo – contando com sete clientes públicos: Governo do Estado de Sergipe, Prefeitura Municipal de Aracaju, Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe, Sergas -SE, SESC, ALGAS e o Instituto Hélio Dória Maciel, aspecto considerado positivo. Aqui, a concorrente disponibiliza 21 profissionais para atender a SECOM da Prefeitura de Maceió, incluindo currículos resumidos com formação e experiência - informações elementares para a análise de pessoal. Além disso, todas as áreas fundamentais de uma agência, em particular as listadas no edital, estão representadas na listagem funcional presente em seu conjunto com ao menos um funcionário graduado em comunicação, design, marketing ou áreas afins. A infraestrutura de equipamentos está adaptada à realidade contemporânea das equipes de criação, com softwares criativos compatíveis com seu segmento de trabalho. A licitante apresenta pesquisas básicas do Easy Media, IVC e Semrush. Como instrumentos de informações avançadas temos o Instar Analytics, o Mention Monitor e Commspoint, além de informativos da área disponíveis para a equipe sem ônus adicional. A concorrente mantém contratos regulares com instrumentos de checking e auditoria de mídia, incluindo o CM Mídia, serviço importante e desejável colocado à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió, o que garante melhor atendimento à contratante. Com um trabalho de excelência, é possível conceder a esta licitante escala máxima neste subcritério (E5).



O segundo subcritério trata do fluxo de atendimento, sua sistemática, além das demais normas comentadas em edital. Neste caso, a candidata apresenta texto descritivo do fluxo de trabalho dimensionando o relacionamento entre a empresa e seu cliente. Os prazos são compatíveis com as expectativas do contrato e médias do mercado: de (2 a 7) dias para criação de campanhas, de (1 a 2 dias) para alteração de peças e até (7) dias para plano de mídia. A candidata gerencia as atividades internas a partir de um software específico, o *Publmanager*, questão considerada positiva. A expertise diferenciada para o setor público é contemplada no volume da concorrência, o que inclui a abordagem de responsabilidade com o trato da segurança de informação, alicercado nas melhores políticas de armazenamento e cópias de segurança (backup). A candidata possui uma filial em Maceió e contém estrutura para o trato da conta, questão fundamental para o melhor relacionamento com o cliente. Sendo assim, é possível conceder escala máxima permitida ao subcritério, ante a excelência do trabalho produzido (E5).

Já o último subcritério analisa a existência de uma equipe dedicada ao cliente e a qualificação técnica deste conjunto de profissionais, bem como políticas identitárias. A concorrente coloca à disposição do contrato 21 profissionais de forma permanente, sendo 18 profissionais da área técnica, um quantitativo adequado. Contudo, a licitante não determina nenhum profissional que trabalhará em regime de dedicação exclusiva, o que garantiria excelência no trato da conta. Além disso, também não aborda em seu texto a existência de políticas identitárias, sejam de equidade de gênero, sejam étnicas e/ou sociais, o que demonstraria preocupação com estas pautas. Ressalvamos a experiência relevante na área dos profissionais colocados à disposição, o que inclui um efetivo com mais de duas décadas de experiência na área de atendimento. Trazendo apenas alguns dos elementos necessários ao subcritério, é possível aferir escala parcial nesta instância (E3).

6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
<i>máximo de 10 pontos</i>				
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0 (dois) pontos	ES	2,0
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
Totalização do critério				10,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é um conjunto de peças-exemplo que caracterizam a qualidade do trabalho da candidata no desenvolvimento criativo de campanhas com resultados de destaque em diversos suportes. É esperado que os trabalhos apresentem, preferencialmente, data ou período de veiculação e indicação de sua atuação geográfica. A contemporaneidade destes trabalhos também é observada pelos avaliadores.

No primeiro subcritério temos como foco duas questões: a capacidade técnica percebida pela riqueza criativa e o potencial artístico observado na composição textual e imagética das mensagens. Aqui, a licitante apresenta o número máximo permitido pelas diretrizes do edital (9 peças) ao todo. Os limites por categoria são obedecidos: são (03) para filmes em televisão, cinema ou meios digitais; (03) para peças realizadas exclusivamente em áudio e (03) gráficos de mídia impressa e/ou OOH para seus clientes. No volume da concorrência vemos que, entre os exemplos apresentados, todos estão relacionados ao poder público ou estatais, aspecto muito positivo. É importante destacar que nenhum trabalho faz referência à Prefeitura de Maceió, aspecto vedado na construção do repertório. Todas as peças são recentes: nenhuma delas foi veiculada anteriormente a 01 de janeiro de 2020. Sendo as peças representantes do seu trabalho dotadas de boa concepção e pertinência criativa, o conjunto atende às necessidades estruturais e técnicas do edital, no que é possível conceder à candidata escala máxima, com todos os elementos do subcritério atendidos (ES).

O segundo subcritério aborda as informações presentes na apresentação de seu repertório, sua clareza nas informações prestadas, descrição do caso e a existência dos elementos obrigatórios de identificação das campanhas. Cada trabalho apresentado no conjunto do repertório contém data ou período de veiculação, pequeno resumo do caso em que estão inseridos e peças em que foram exibidos, aspectos positivos nesta instância. Os resumos apresentam dados relevantes para o entendimento do contexto da campanha e da sua inserção nas estratégias desenvolvidas para os clientes, incluindo questões relativas aos veículos. Ao determinar as peças, a candidata destaca a abrangência da campanha, aspecto essencial para entendimento dos casos. Desta forma, atendendo a todos os pontos da instância avaliativa, a candidata obtém escala máxima no item em questão (ES).

Finalmente, no terceiro subcritério, analisamos questões como a aderência dos exemplos do repertório em relação aos desafios da SECOM da Prefeitura de Maceió, bem como sua exequibilidade. A aderência é observada com a presença da totalidade de suas peças relacionadas ao poder público (governos estaduais, municipais e estatais) – o que demonstra consonância com os desafios de comunicação da conta disputada. Entre as peças apresentadas, o filme para televisão da Prefeitura de Aracaju abordando o trabalho infantil se destaca por tratar de forma impactante tema delicado e de alta relevância social. As peças produzidas, especialmente para áudio, se revelam de qualidade, não sendo meras replicações de meios audiovisuais. Sendo plenamente aderente às necessidades da SECOM da capital alagoana, vemos que a adequação das peças aos clientes é evidente e completa o trabalho de qualidade da candidata. Desta forma, atendendo ao esperado para o subcritério, é possível conceder escala máxima ao item em questão (E5).

VIA IDENTIFICADA



7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
máximo de 10 pontos				
Totalização do critério				
10,0				
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0 (três) pontos	ES	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0 (três) pontos	ES	3,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

A análise dos relatos de soluções de comunicação busca avaliar soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas pela concorrente, atestando de forma clara o trabalho integrado entre as áreas da agência para produzir resultados efetivos e duradouros.

O primeiro subcritério observa a capacidade de diagnóstico das candidatas nos relatos apresentados, bem como a capacidade de síntese no texto produzido pelas concorrentes, evidenciando seu trabalho de planejamento. Aqui, vemos que o trabalho da concorrente se fundamenta em elementos de planejamento para desenvolver a descrição do caso e sua consequente observação diagnóstica. O caderno da licitante apresenta o número máximo de relatos permitidos – dois ao todo – atendendo às demais limitações do instrumento de convocação. O primeiro caso trata da promoção do turismo pós pandemia no Estado de Sergipe. O segundo caso é relativo à sensibilidade da população para o engajamento nas ações da Assembleia Legislativa de Sergipe. Em ambos os casos a agência é capaz de observar a realidade do cliente para destacar aspectos capazes de compor o desafio de comunicação a ser resolvido. Uma vez que o conteúdo do subcritério é pertinente, é possível contemplar o trabalho da candidata com escala máxima neste primeiro momento (E5).

O segundo subcritério tem grande relevância por observar o êxito derivado das estratégias e táticas propostas pelas candidatas. Aqui, as relações de causa e efeito são avaliadas junto aos resultados obtidos por seus clientes. O primeiro caso trata da atração de turistas para o Estado de Sergipe em seus principais destinos turísticos. Aqui os resultados focam evidentes, um número superior a 6 milhões de visualizações na campanha digital, sendo 2,8 milhões em uma plataforma de compra de pacote turístico, contribuindo indiretamente para um aumento de 30% no fluxo de hospede no período da campanha. O segundo caso tem a difícil tarefa de gerar engajamento para a ALESE ante ao baixo interesse da população. Mesmo com essa dificuldade, mas de 1 milhão de visualizações aconteceram no meio digital das peças da campanha, ampliando a interação nestes suportes como a Assembleia. Desta forma, é possível conceder à candidata escala máxima neste segundo momento, por atender a todos os pontos do subcritério (E5).

Por fim, o terceiro subcritério trata da lógica da exposição, incluindo sua ordenação narrativa e fluidez. Neste sentido, ambos os casos são descritos de forma adequada, iniciando com uma composição textual que privilegia o cenário encontrado e concluindo com resultados derivados dos prognósticos realizados pela agência. Observa-se que os aspectos formais no texto são atendidos e os relatos tiveram suas autorizações de produção e veiculação dentro do período exigido em edital. As peças anexas ao conjunto ilustram de forma adequada o caso apresentado pela licitante, ampliando a percepção do trabalho de excelência da agência. Sendo assim, é possível contemplar o conjunto da candidata com nota máxima neste terceiro momento (E5).

VIA IDENTIFICADA



PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AVALIADOR:01	Saul de Paula Mendes	
PONTUAÇÃO:	32,00 (TRINTA E DOIS PONTOS)	AGÊNCIA DISRUPY
AGÊNCIA		

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada questão é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada questão, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.

Para aferir insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.

Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do questionário ou subquestionário em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.

Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o questionário ou subquestionário em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.

Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o questionário ou subquestionário em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

VIA IDENTIFICADA

Saul Mendes

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
		4,0	(quatro) pontos	2,8
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	6,0	(seis) pontos	4,2
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, prestação no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	5,0	(cinco) pontos	5,0
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.			
máximo de 15 pontos		Totalização do critério		12,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

Este item da proposta identificada tem a função de avaliar a estrutura real que a licitante coloca à disposição da Secretaria Municipal de Comunicação de Maceió. Nesta etapa, examinam-se os recursos técnicos, humanos e organizacionais que permitirão a execução da conta pública com segurança, eficiência e continuidade. Espera-se que a agência demonstre capacidade operacional compatível com o porte da Prefeitura de Maceió e com a complexidade das demandas de comunicação institucional.

O subitem A examina se a licitante dispõe de estrutura material e humana compatível com as exigências operacionais da conta pública, considerando tanto os recursos físicos e tecnológicos disponíveis quanto a composição, qualificação e dimensionamento da equipe apresentada. Nesta análise, observa-se a capacidade da agência de sustentar, de forma contínua, a execução de campanhas institucionais de médio e grande porte, em consonância com as diretrizes estabelecidas no edital. A proposta da licitante é avaliada como **satisfatoriamente abordada**. Observa-se que o volume identificado apresenta relação de clientes em atividade dentro do limite previsto no instrumento convocatório, composta integralmente por órgãos e instituições públicas de diferentes naturezas, o que evidencia experiência consistente no atendimento a demandas institucionais. O dimensionamento da equipe destinada ao atendimento da SECOM revela-se adequado, com a indicação de dezesseis profissionais acompanhados de currículos resumidos que permitem identificar formação acadêmica e trajetórias profissionais compatíveis com as funções exercidas. Todas as áreas essenciais ao funcionamento de uma agência de propaganda estão contempladas, assegurando cobertura funcional das etapas de planejamento, criação, mídia, produção e atendimento. No que se refere à infraestrutura, a agência demonstra alinhamento às práticas contemporâneas do mercado, apresentando equipamentos e softwares criativos compatíveis com as rotinas das equipes. Destaca-se, ainda, a disponibilização de pesquisas básicas e instrumentos avançados de informação e análise, bem como de informativos setoriais acessíveis à equipe sem ônus adicional, compondo um suporte informacional relevante para o atendimento do contrato. Contudo, embora a licitante informe a realização de controle de

Good job

mídia, não são apresentados detalhes sobre a inserção dessa atividade em sua sistemática de trabalho nem sobre a manutenção de contratos regulares com empresas especializadas em checking de mídia, o que limita a avaliação desse aspecto específico.

O subitem B avalia a sistemática de atendimento proposta pela licitante, com foco na organização dos fluxos internos, na clareza dos processos de trabalho e na adoção de práticas que assegurem eficiência, segurança e previsibilidade na relação com a administração pública. São considerados, ainda, os mecanismos de controle, os prazos operacionais, as rotinas de acompanhamento e as medidas relacionadas à proteção e ao gerenciamento das informações institucionais. A proposta da licitante é avaliada como **satisfatoriamente abordada**. Observa-se que o volume identificado apresenta descrição do fluxo de trabalho acompanhada de representação gráfica da operacionalidade, o que permite compreender de forma adequada a dinâmica de relacionamento entre agência e cliente. Os prazos estabelecidos mostram-se compatíveis com as exigências contratuais, contemplando intervalos definidos para criação de campanhas, ajustes de peças e elaboração de planos de mídia. Destaca-se a abordagem de diretrizes relacionadas à segurança da informação, com referência a políticas de armazenamento e realização de cópias de segurança, aspecto relevante no atendimento a contas públicas. A presença de equipe estruturada em Maceió, com sede dotada de infraestrutura para lidar com a conta, contribui para a proximidade operacional com a contratante. Entretanto, a proposta não explicita a utilização de software específico para o gerenciamento das atividades internas, como sistemas integrados de gestão, o que limita a avaliação do grau de controle e rastreabilidade dos processos operacionais.

O subitem C analisa a estrutura de alocação de profissionais destinada ao atendimento da conta da Secretaria Municipal de Comunicação, observando-se o grau de dedicação da equipe indicada, sua adequação técnica e a coerência do modelo proposto frente ao volume e à complexidade das demandas previstas, bem como aspectos relacionados à gestão de pessoas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Verifica-se que a agência apresenta um arranjo de equipe consistente, com a designação de seis profissionais em regime de dedicação exclusiva à SECOM, contemplando funções essenciais como atendimento, mídia e criação, o que assegura a operação contínua da conta. Soma-se a esse núcleo a disponibilização de outros onze profissionais com dedicação permanente, ainda que não exclusiva, ampliando a capacidade de resposta e conferindo flexibilidade ao atendimento. No que se refere à gestão de pessoas, observa-se a apresentação detalhada de políticas institucionais de caráter ético, com diretrizes voltadas à promoção da equidade de gênero e ao respeito à orientação sexual, além da adoção de política explícita de tolerância zero a práticas discriminatórias. Esse conjunto de iniciativas evidencia alinhamento com boas práticas contemporâneas de responsabilidade social e gestão de recursos humanos, justificando o atendimento integral aos requisitos previstos para este subcritério.

Sarah Kays

6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
máximo de 10 pontos				
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos questionários de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos	F5	4,0
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0 (dois) pontos	F5	2,0
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0 (quatro) pontos	F5	4,0
Totalização do critério		10,0		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é composto pelo conjunto de peças reais apresentadas pela licitante para demonstrar sua competência técnica e sua experiência em campanhas publicitárias já executadas. Nesta etapa, a avaliação considera a qualidade estética e técnica dos materiais, a pertinência criativa das soluções propostas, a clareza das informações apresentadas e a aderência dos trabalhos ao contexto da comunicação pública. Também se observa a capacidade da agência de atuar em campanhas institucionais, educativas e de interesse coletivo, bem como a viabilidade das soluções frente às verbas envolvidas.

O subitem A examina a qualidade técnica e conceitual do conjunto de peças apresentado pela licitante, considerando aspectos como concepção criativa, redação, direção de arte, acabamento e adequação das soluções aos objetivos dos anunciantes. Nesta análise, observa-se se os materiais demonstram domínio dos fundamentos da comunicação publicitária e maturidade criativa compatível com campanhas institucionais e de interesse público. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Verifica-se que o repertório apresentado contempla o número máximo de peças permitido pelo edital, totalizando nove trabalhos, com distribuição integralmente compatível com as exigências estabelecidas, sendo três filmes destinados à televisão, cinema ou meios digitais, três peças desenvolvidas exclusivamente em áudio e três materiais gráficos voltados à mídia impressa e ou OOH. Observa-se que a totalidade dos exemplos apresentados está vinculada ao poder público ou ao Sistema S, aspecto que reforça de forma significativa a aderência do repertório ao contexto da comunicação institucional. Destaca-se, ainda, o atendimento às vedações editoriais, uma vez que nenhuma das peças faz referência à Prefeitura de Maceió, bem como o cumprimento do critério de recenticidade, não havendo veiculação anterior a primeiro de janeiro de dois mil e vinte. Do ponto de vista criativo, o conjunto revela soluções bem resolvidas sob os aspectos conceitual e estético, com pertinência criativa e adequação técnica compatíveis com as exigências previstas para este subcritério, sustentando a atribuição da pontuação máxima.

Souza Reis

O subitem B avalia a clareza e a organização das informações fornecidas pela licitante na apresentação de seu repertório, incluindo fichas técnicas, contextualização dos casos e explicação dos desafios enfrentados em cada trabalho. Considera-se, aqui, a capacidade da agência de expor seus projetos de forma objetiva e compreensível, permitindo a correta leitura do papel desempenhado pelas peças nos contextos em que foram veiculadas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que todos os trabalhos apresentados reúnem as informações essenciais exigidas para a correta compreensão dos casos, contemplando datas ou períodos de veiculação, identificação das praças e resumos explicativos que situam cada campanha em seu respectivo contexto. Esses resumos apresentam dados relevantes para o entendimento do cenário em que as ações foram desenvolvidas e de sua inserção nas estratégias adotadas, incluindo informações relativas aos veículos utilizados. Destaca-se, ainda, a indicação da abrangência das campanhas, aspecto que contribui para uma leitura mais precisa do alcance das ações e da dimensão dos projetos apresentados. Diante da organização das informações e do atendimento integral aos requisitos previstos para este subcritério, o repertório demonstra clareza expositiva e consistência informativa compatíveis com a atribuição da pontuação máxima.

O subitem C analisa a viabilidade das soluções criativas apresentadas, a diversidade dos casos incluídos no repertório e sua aderência às especificidades da comunicação pública. Observa-se se os trabalhos demonstram boa relação entre proposta criativa e condições de execução, bem como se evidenciam experiência da licitante no atendimento a órgãos públicos e em campanhas institucionais de diferentes naturezas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que a totalidade das peças selecionadas está vinculada a anunciantes do poder público, o que evidencia alinhamento direto com o universo da comunicação institucional e com o tipo de demanda associado à conta em disputa. Entre os exemplos apresentados, destaca-se o filme para televisão desenvolvido para a BRK Saneamento, cuja pertinência se evidencia pelo uso de abordagem emocional consistente ao retratar o impacto social da chegada de água potável à cidade de Porangaba, estabelecendo conexão clara entre mensagem, contexto e objetivo institucional. Do ponto de vista da execução, as soluções demonstram compatibilidade entre proposta criativa, meios utilizados e condições práticas de veiculação, com atenção especial às peças concebidas especificamente para áudio, que apresentam linguagem própria e não se configuram como simples transposições de conteúdos audiovisuais. A adequação das praças aos respectivos clientes reforça a leitura de exequibilidade e domínio dos processos de implementação, completando um conjunto coerente e tecnicamente consistente, que atende integralmente aos requisitos previstos para este subcritério.

Saudável

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRITIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
máximo de 10 pontos				
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0 (três) pontos	FS	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quatro) pontos	FS	4,0
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0 (três) pontos	FS	3,0
Totalização do critério				10,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

Neste item, a licitante apresenta relatos de casos reais em que foi responsável pelo planejamento e pela execução de soluções destinadas a enfrentar desafios concretos de comunicação. A avaliação considera a capacidade da agência de elaborar diagnósticos consistentes, definir objetivos claros, propor estratégias adequadas e demonstrar resultados alcançados. Também são observadas a coerência entre problema, solução e resultados, a clareza da exposição e a organização lógica da narrativa, elementos fundamentais para aferir a maturidade do planejamento publicitário apresentado.

O subitem A examina se os relatos apresentados pela licitante demonstram evidências consistentes de planejamento publicitário, a partir da identificação dos cenários enfrentados, da leitura dos problemas de comunicação e da definição de objetivos compatíveis com cada contexto. Avalia-se, neste ponto, a qualidade do diagnóstico construído e a clareza do raciocínio que orienta as decisões estratégicas adotadas nos casos relatados. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que a totalidade das peças selecionadas está vinculada a anunciantes do poder público, o que evidencia alinhamento direto com o campo da comunicação institucional e com as demandas associadas à conta em disputa. Entre os exemplos apresentados, destaca-se o filme para televisão desenvolvido para a BRK Saneamento, cuja abordagem emocional evidencia de forma clara o impacto social da chegada de água potável à cidade de Porangaba, estabelecendo conexão consistente entre mensagem, contexto e finalidade pública. Do ponto de vista da execução, as soluções apresentadas demonstram compatibilidade entre proposta criativa, meios utilizados e condições práticas de veiculação, com atenção especial às peças concebidas especificamente para áudio, que apresentam linguagem própria e adequada ao meio. A adequação das peças aos respectivos clientes reforça a leitura de exequibilidade e domínio dos processos de implementação, compondo um conjunto coerente e tecnicamente consistente, compatível com o atendimento integral dos requisitos previstos para este subitem.

O subitem B avalia a consistência das relações estabelecidas entre os problemas de comunicação identificados, as soluções propostas e os resultados apresentados nos casos relatados. Observa-se as estratégias descritas respondem de forma direta aos desafios diagnosticados, bem como se os resultados demonstrados são pertinentes, mensuráveis e compatíveis com os esforços de comunicação empreendidos.

Good luck

A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. No caso referente ao trabalho de posicionamento institucional do SEBRAE Alagoas, verifica-se a apresentação de resultados objetivos que indicam fortalecimento da imagem positiva da instituição junto à população alagoana, evidenciado pelo aumento expressivo da pontuação aferida em pesquisa regular, na qual o órgão atingiu índice de 9,04 em eficácia, superando o desempenho das demais unidades do país. Já no relato desenvolvido para o Detran Alagoas, os resultados apresentados também demonstram elevado impacto das ações implementadas, com mais de um milhão de visualizações orgânicas no período da campanha e alcance superior a cinquenta milhões de impressões. Em ambos os casos, os dados apresentados permitem estabelecer relação clara entre as estratégias adotadas e os resultados obtidos, caracterizando atendimento integral aos requisitos previstos para este subitem.

O subitem C analisa a organização dos relatos apresentados, considerando a clareza da exposição, a ordenação lógica das informações e a coerência narrativa dos casos descritos. Neste subitem, observa-se se a licitante apresenta os dados de forma estruturada e objetiva, facilitando a compreensão das etapas do planejamento, das escolhas realizadas e dos desdobramentos das ações de comunicação. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Verifica-se que ambos os relatos são apresentados com encadeamento lógico e fluidez textual adequados, iniciando-se pela contextualização dos cenários enfrentados e evoluindo de maneira coerente até a exposição dos resultados decorrentes das estratégias adotadas. Os aspectos formais exigidos pelo edital são plenamente atendidos, inclusive no que se refere às autorizações de produção e veiculação das peças dentro do período estabelecido, assegurando a regularidade dos materiais apresentados. As peças anexadas funcionam como suporte ilustrativo pertinente aos relatos, ampliando a compreensão dos casos e reforçando a leitura do percurso estratégico e criativo descrito. Diante desse conjunto de elementos, o subcritério atende integralmente às expectativas avaliativas previstas.

Handwritten signature

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3	
AVALIADOR:02	<i>Marcelo Vieira Duarte</i>
PONTUAÇÃO:	32,00 (TRINTA E DOIS PONTOS)
AGÊNCIA	AGÊNCIA DISRUPY

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada quesito é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.

Para aferir Insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.

Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.

Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.

Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	4,0 (quatro) pontos	E4	2,8
b)	Sistematiza de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, prestação no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	6,0 (seis) pontos	E4	4,2
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0 (cinco) pontos	E5	5,0
máximo de 15 pontos		Totalização do critério		12,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

A capacidade de atendimento é composta por três subitens e corresponde a um conjunto descritivo que analisa a capacidade global apresentada pela licitante para o atendimento da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Abrange a dinâmica de prestação dos serviços, a execução das campanhas publicitárias, os fluxos operacionais adotados, a gestão das equipes designadas, bem como outras questões de natureza operacional e gerencial relacionadas ao pessoal alocado para o atendimento da conta.

No primeiro subitem desta etapa, são avaliados os aspectos relacionados aos recursos materiais, à infraestrutura e ao corpo funcional disponibilizados pela candidatura nos diversos setores, com vistas ao atendimento das demandas de comunicação da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, observa-se que a candidatura apresentou o número máximo de clientes relevantes permitido pelo edital, totalizando oito, todos de clientes públicos, dentre os quais se destacam Secretaria de Comunicação de Alagoas, Sebrae-AL, DETRAN-AL e a Prefeitura de Penedo. Também se observa que a equipe disponibilizada pela licitante é composta por dezessete integrantes, detentores de ampla experiência profissional, conforme demonstrado nos minicurrículos apresentados, os quais evidenciam formação acadêmica compatível e trajetória profissional adequada. As principais áreas da agência, nos termos previstos no edital, encontram-se devidamente contempladas, com pelo menos um profissional graduado em comunicação, design, marketing ou áreas correlatas integrando a equipe. No que se refere aos recursos materiais, constata-se o pleno atendimento às exigências editoriais, uma vez que a candidata dispõe de instalações físicas compatíveis e atende aos requisitos tecnológicos, contando com softwares criativos adequados às necessidades operacionais e estratégias da prestação dos serviços. Por fim, verifica-se que a concorrência disponibiliza, sem ônus adicional, pesquisas básicas e avançadas compatíveis com as demandas de comunicação do município, tais como: IVC, Mídia dados Brasil e Semrush (SEO), IPSOS Marplan, o AUVÉ Digital DN+ e IBOPE NETRATINGS. Todavia, embora afirme que realizará o controle de mídia, a concorrente

não disponibiliza à contratante ferramentas de checagem e auditoria de mídia, circunstância que compromete o nível de qualidade do atendimento a ser prestado ao Município de Maceió. Em razão do atendimento dos principais aspectos do quesito **este subitem alcança a escala quatro (satisfatoriamente abordado), correspondente à 70% do esperado para o subitem.**

No segundo subitem desta etapa, são analisados os aspectos relacionados à sistemática de atendimento à Prefeitura Municipal de Maceió, abrangendo, entre outros, a operacionalidade, a prontez, o cumprimento de obrigações e a observância de prazos. Nesse cenário, constata-se que a candidata descreve sua sistemática de atendimento de maneira clara e objetiva, estabelecendo prazos adequados e compatíveis com a prática de mercado, a saber: a partir de duas horas para alterações em peças, até três dias para elaboração de plano de mídia e de sete a dez dias para a entrega de campanhas publicitárias. No que concerne à operacionalidade, a concorrente não esclarece a forma de organização e gerenciamento de seu fluxo de trabalho, tampouco indica a utilização de software de gestão de tráfego na agência, circunstância que prejudica a avaliação do controle e da eficiência de seus processos internos. Apesar disso, existe a expertise da licitante no atendimento ao setor público, especialmente no que se refere à segurança da informação, uma vez que demonstra adoção de normas internas de sigilo, procedimentos de armazenamento de dados e sistemas de backup. Ademais a candidata possui sede em Maceió, circunstância que assegura proximidade geográfica e plena capacidade de resposta às demandas do município. Em razão do atendimento dos principais aspectos do quesito **este subitem alcança a escala quatro (satisfatoriamente abordado), correspondente à 70% do esperado para o subitem.**

No terceiro e último subitem desta etapa, são avaliados os aspectos relacionados à capacidade técnica, às políticas identitárias e à dedicação da equipe destinada ao acompanhamento da conta da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, verifica-se que a candidata disponibiliza seis profissionais atuando de forma exclusiva no atendimento da conta, além de outros 11 profissionais dedicados à conta, o que evidencia estrutura adequada e capacidade técnica compatível com as demandas do contrato. Observa-se, ainda, que as políticas de promoção da igualdade apresentadas na proposta não se limitam a enunciados genéricos. Consta que o setor de recursos humanos mantém políticas institucionais de tolerância zero à discriminação. A proposta esclarece as diretrizes éticas da licitante, bem como as políticas de promoção da igualdade de gênero e de orientação sexual, evidenciando efetividade na proteção das pautas das minorias e no enfrentamento de questões sociais relevantes. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRITIVO			MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0	(quatro) pontos	FS	4,0	
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0	(dois) pontos	FS	2,0	
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0	(quatro) pontos	FS	4,0	
Totalização do critério				10,0		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é composto por três subitens e reúne peças de caráter demonstrativo, apresentadas com o objetivo de comprovar a qualidade do trabalho realizado pela candidata na concepção e elaboração de campanhas publicitárias com resultados relevantes, veiculadas em distintos meios e formatos. Os materiais apresentados devem ser atuais e conter a indicação do período de veiculação e do alcance territorial de atuação, de modo a permitir adequada avaliação.

No primeiro subitem desta etapa, são examinados os aspectos artísticos e técnicos do atendimento prestado pela licitante a contas de clientes anteriores, bem como a compatibilidade das soluções apresentadas com as demandas de comunicação da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse sentido, constata-se que a concorrente apresentou o quantitativo máximo de peças permitido, totalizando nove materiais, todos adequadamente concebidos e executados, sendo três vídeos destinados à veiculação em televisão, cinema ou meios digitais, três peças de áudio e três peças para mídia impressa e/ou OOH. Também se observa atualidade em todas as peças, não havendo qualquer material anterior a janeiro de 2020 entre os exemplos. Ademais, observa-se que os trabalhos foram integralmente desenvolvidos para entes públicos ou do sistema S. Por fim, a licitante respeita a vedação editalícia e se abstém apresentar trabalhos que façam referência à Prefeitura de Maceió. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito este subitem alcança a escala cinco (totalmente aborçado).

correspondente à nota máxima.

No segundo subitem desta etapa, se avalia nos casos apresentados e nas peças exibidas, questões relativas à qualidade da execução, ao nível de acabamento e à clareza das informações fornecidas, tanto nos materiais publicitários quanto nas sínteses que contextualizam os respectivos casos. Nesse contexto, constata-se que a licitante apresenta relatos objetivos contendo dados essenciais para a compreensão do cenário das campanhas e de sua vinculação às estratégias adotadas para cada cliente, incluindo informações relativas aos veículos empregados. Verifica-se, igualmente, a apresentação das fichas técnicas das peças, com a indicação das pragens, dos períodos de veiculação e de breve contextualização dos casos, tudo exposto de forma clara e em estrita observância às exigências editalícias. Ademais, a licitante explicita o alcance das

campanhas, elemento fundamental para a adequada análise dos casos apresentados. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No terceiro e último subitem desta etapa, são avaliadas a exequibilidade das soluções apresentadas, bem como a diversidade e a adequação do repertório às necessidades da publicidade da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, constata-se elevado grau de aderência, uma vez que a licitante apresentou repertório composto integralmente por peças desenvolvidas para o setor público, o que revela plena capacidade de atendimento às demandas do município. As peças apresentadas demonstram variedade de ações e comprovam a viabilidade das soluções propostas pela concorrente em campanhas de seus clientes, destacando-se o vídeo sobre a chegada de água potável à cidade de Porangaba, produzido para a BRK. Ressalta-se, ainda, que as peças de áudio exibem qualidade técnica e criativa, não se caracterizando como simples reproduções de conteúdos audiovisuais. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRIPTIVO			MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;			3,0 (três) pontos	FS	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;			4,0 (quatro) pontos	FS	4,0
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados			3,0 (três) pontos	FS	3,0
máximo de 10 pontos				Totalização do critério		10,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

Relato de soluções de problemas de comunicação é composto por três subitens e tem por finalidade avaliar soluções assertivas para desafios de comunicação articuladas pela concorrente, evidenciando, de forma clara, a atuação integrada das diferentes áreas da agência na construção de resultados efetivos e sustentáveis ao longo do tempo.

No primeiro subitem desta etapa, são analisadas as competências das licitantes no planejamento de campanhas, a partir da apresentação de casos concretos. Nesse contexto, verifica-se que a concorrente apresentou o quantitativo máximo de materiais admitido para fins de comprovação da capacidade de planejamento, totalizando dois casos: a campanha de posicionamento institucional do SEBRAE-AL como liderança no desenvolvimento empresarial e a campanha de sensibilização da população alagoana para os cuidados no trânsito e a redução de acidentes durante o período do São João, conduzida pelo Detran-AL. Nas duas hipóteses se constata a apresentação de síntese dos desafios de comunicação enfrentados por cada cliente, acompanhada da descrição das soluções concebidas pela licitante, bem como das ações desenvolvidas para o enfrentamento e superação desses desafios. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No segundo subitem desta etapa, é analisada a capacidade da candidata de alcançar resultados efetivos, a partir do êxito obtido com as estratégias e táticas adotadas em campanhas anteriormente executadas. Nesse contexto, verifica-se a apresentação de síntese dos desafios de comunicação enfrentados por cada cliente, das soluções propostas pela licitante e, ao final, dos resultados efetivamente alcançados. Observa-se que as estratégias de campanha decorrem de análises criteriosas, refletindo-se em resultados expressivos após a execução das ações. A campanha de posicionamento institucional do SEBRAE-AL visava a construção e o fortalecimento de uma imagem positiva do órgão, evidenciando seu papel junto à população alagoana. Apresentou desempenho excelente, com incremento na avaliação obtida em pesquisa institucional regular, alcançando a nota 9,04, em uma escala de zero a dez, métrica de desempenho superior as outras unidades do SEBRAE nacional. De igual modo, a campanha desenvolvida para o DETRAN-AL, voltada à redução de acidentes e à conscientização sobre os cuidados no trânsito durante o período junino, obteve

mais de um milhão de visualizações orgânicas ao longo da veiculação, além de ultrapassar 50 milhões de impactos de mídia. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No terceiro e último subitem desta etapa é avaliado a importância dos resultados exibidos posteriormente às ações de comunicação recomendadas pela concorrente. Sob essa perspectiva, constata-se que os dois casos apresentados se encontram devidamente estruturados, com narrativa que contextualiza o cenário inicial enfrentado e evolui até a apresentação dos resultados alcançados a partir das táticas definidas pela agência. Também se observa que os requisitos formais exigidos foram plenamente observados, bem como que os relatos apresentados contam com as devidas autorizações para produção e veiculação, respeitando o período estabelecido no edital. As peças exibidas permitem plena compreensão dos casos, potencializando a leitura crítica e evidenciando a qualidade técnica do trabalho desenvolvido pela licitante. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3	
AGÊNCIA	AGÊNCIAS / RES DE OLIVEIRA
AGÊNCIA DISRUPY	
AVALIADOR:03	32,00 (TRINTA E DOIS PONTOS)
PONTUAÇÃO:	

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada quesito é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para afetar Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editacionais, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.
Para afetar insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.
Para afetar parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.
Para afetar satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.
Para afetar totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

[Handwritten signature]

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	4,0 (quatro) pontos	E4	2,8
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, presteza no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	6,0 (seis) pontos	E4	4,2
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0 (cinco) pontos	E5	5,0
máximo de 15 pontos		Totalização do critério		12,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

As especificidades das diversas áreas de atuação técnica das empresas candidatas são analisadas no caderno capacidade de atendimento. Ante esta definição, observa-se a desenvoltura no atendimento e nas perspectivas do serviço e realização de campanhas publicitárias. Também são avaliados os serviços prestados diretamente em comunicação: a execução de um fluxo claro de trabalho, os recursos humanos com suas políticas identitárias e demais questões de cunho operacional e gerencial.

O primeiro subcritério trata das dimensões estruturais da empresa, elementos qualitativos e quantitativos de sua equipe. O texto do caderno se inicia com a necessária listagem contendo os principais clientes em atividade na agência. O quantitativo não excede ao máximo permitido em edital – oito ao todo – contando com oito clientes públicos: Secretaria de Comunicação de Alagoas, IMA, DETRAN-AL, Sebrae-AL, Prefeitura de Penedo, Senac -AL, BRK Ambiental e Desenvolve - AL, aspecto considerado positivo. Aqui, a concorrência disponibiliza 17 profissionais para atender a SECOM da Prefeitura de Maceió, incluindo currículos resumidos com formação e experiência - informações elementares para a análise de pessoal. Além disso, todas as áreas fundamentais de uma agência, em particular as listadas no edital, estão representadas na listagem funcional presente em seu conjunto com ao menos um funcionário graduado em comunicação, design, marketing ou áreas afins. A infraestrutura de equipamentos está adaptada à realidade contemporânea das equipes de criação, com softwares criativos compatíveis com seu segmento de trabalho. A licitante apresenta pesquisas básicas do IVC, Mídia dados Brasil e Semrush (SEO). Como instrumentos de informações avançadas temos o IPSOS Marplan, o AUWE Digital DN+ e IBOPE NETRATINGS, além de informativos da área disponíveis para a equipe sem ônus adicional. Mesmo informando que fará controle de mídia, a candidata não cita esta atividade em sua sistemática de trabalho, nem aborda a manutenção de contratos regulares com instrumentos de checking de mídia, o que seria desejável. Ante ao pequeno lapso, é possível conceder a esta licitante escala satisfatória neste subcritério (E4).

A

O segundo subcritério trata do fluxo de atendimento, sua sistemática, além das demais normas comentadas em edital. Neste caso, a candidata apresenta gráfico de operacionalidade e descrição do fluxo de trabalho dimensionando o relacionamento entre a empresa e seu cliente. Os prazos são compatíveis com as expectativas do contrato: de (7 a 10) dias para criação de campanhas, a partir de (2 horas) para alteração de peças e até (3) dias para plano de mídia. A candidata não informa se gerencia as atividades internas a partir de um software específico, do tipo ERP, questão que seria considerada ideal. A expertise diferenciada para o setor público é contemplada no volume da concorrência, o que inclui a abordagem do trato da segurança de informação, alicerçado nas melhores políticas de armazenamento e cópias de segurança (backup). A candidata possui uma equipe em Maceió, onde sua sede e contém estrutura para o trato da conta, questão fundamental para o melhor relacionamento com o cliente. Sendo assim, é possível conceder escala satisfatória ao subcritério (E4).

Já o último subcritério analisa a existência de uma equipe dedicada ao cliente e a qualificação técnica deste conjunto de profissionais, bem como políticas identitárias. Neste aspecto, a licitante determina que 06 profissionais estarão dedicados exclusivamente à SECOM, incluindo profissionais de atendimento, mídia e criação, indispensáveis à operação da conta. Além disso, mais 11 profissionais terão dedicação permanente junto ao cliente, mas de forma não exclusiva, garantindo excelência no trato da conta. Nas políticas identitárias, os recursos humanos tratam detalhadamente de políticas éticas, de equidade de gênero e orientação sexual, com uma política de tolerância zero à discriminação, a concorrência demonstra preocupação com pautas minoritárias e questões sociais importantes nas melhores empresas de comunicação. Sendo assim, é possível conceder escala máxima permitida ao subcritério, ante a excelência do trabalho produzido (E5).



6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
<i>máximo de 10 pontos</i>				
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0 (dois) pontos	ES	2,0
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
Totalização do critério		10,0		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é um conjunto de peças-exemplo que caracterizam a qualidade do trabalho da candidata no desenvolvimento criativo de campanhas com resultados de destaque em diversos suportes. É esperado que os trabalhos apresentem, preferencialmente, data ou período de veiculação e indicação de sua atuação geográfica. A contemporaneidade destes trabalhos também é observada pelos avaliadores.

No primeiro subcritério temos como foco duas questões: a capacidade técnica percebida pela riqueza criativa e o potencial artístico observado na composição textual e imagética das mensagens. Aqui, a licitante apresenta o número máximo permitido pelas diretrizes do edital (9 peças) ao todo. Os limites por categoria são obedecidos: são (03) para filmes em televisão, cinema ou meios digitais; (03) para peças realizadas exclusivamente em áudio e (03) gráficos de mídia impressa e/ou OOH para seus clientes. No volume da concorrência vemos que, entre os exemplos apresentados, todos estão relacionados ao poder público ou sistema 5, aspecto muito positivo. É importante destacar que nenhum trabalho faz referência à Prefeitura de Maceió, aspecto vedado na construção do repertório. Todas as peças são recentes: nenhuma delas foi veiculada anteriormente a 01 de janeiro de 2020. Sendo as peças representantes do seu trabalho dotadas de boa concepção e pertinência criativa, o conjunto atende às necessidades estruturais e técnicas do edital, no que é possível conceder à candidata escala máxima, com todos os elementos do subcritério atendidos (E5).

O segundo subcritério aborda as informações presentes na apresentação de seu repertório, sua clareza nas informações prestadas, descrição do caso e a existência dos elementos obrigatórios de identificação das campanhas. Cada trabalho apresentado no conjunto do repertório contém data ou período de veiculação, pequeno resumo do caso em que estão inseridos e praças em que foram exibidos, aspectos positivos nesta instância. Os resumos apresentam dados relevantes para o entendimento do contexto da campanha e da sua inserção nas estratégias desenvolvidas para os clientes, incluindo questões relativas aos veículos. Ao determinar as peças, a candidata destaca a abrangência da campanha, aspecto essencial para entendimento dos casos. Desta forma, atendendo a todos os pontos da instância avaliativa, a candidata obtém escala máxima no item em questão (E5).

Finalmente, no terceiro subcritério, analisamos questões como a aderência dos exemplos do repertório em relação aos desafios da SECOM da Prefeitura de Maceió, bem como sua exequibilidade. A aderência é observada com a presença da totalidade de suas peças relacionadas ao poder público – o que demonstra consonância com os desafios de comunicação da conta disputada. Entre as peças apresentadas, o filme para televisão da BRK (Saneamento) se destaca pelo apelo emocional, apresentando o impacto da chegada de água potável à cidade de Porangaba. As peças produzidas, especialmente para áudio, se revelam de qualidade, não sendo meras replicações de meios audiovisuais. Sendo plenamente aderente às necessidades da SECOM da capital alagoana, vemos que a adequação das peças aos clientes é evidente e completa o trabalho de qualidade da candidata. Desta forma, atendendo ao esperado para o subcritério, é possível conceder escala máxima ao item em questão (E5).

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0 (três) pontos	E5	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quatro) pontos	E5	4,0
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0 (três) pontos	E5	3,0
máximo de 10 pontos		Totalização do critério	10,0	

Relatório de razões que fundamentam as notas:

A análise dos relatos de soluções de comunicação busca avaliar soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas pela concorrente, atestando de forma clara o trabalho integrado entre as áreas da agência para produzir resultados efetivos e duradouros.

O primeiro subcritério observa a capacidade de diagnóstico das candidatas nos relatos apresentados, bem como a capacidade de síntese no texto produzido pelas concorrentes, evidenciando seu trabalho de planejamento. Aqui, vemos que o trabalho da concorrente se fundamenta em elementos de planejamento para desenvolver a descrição do caso e sua consequente observação diagnóstica. O caderno da licitante apresenta o número máximo de relatos permitidos – dois ao todo – atendendo às demais limitações do instrumento de convocação. O primeiro caso é referente de posicionamento institucional do SEBRAE-AL, como liderança em desenvolvimento empresarial. O segundo caso é da sensibilização da população Alagoana para os cuidados no trânsito e diminuição dos acidentes no São João, capitaneado pelo Detran-AL. Em ambos os casos, a agência é capaz de observar a realidade do cliente para destacar aspectos capazes de

compor o desafio de comunicação a ser resolvido. Uma vez que o conteúdo do subscritório é pertinente, é possível contemplar o trabalho da candidata com escala máxima neste primeiro momento (E5).

O segundo subscritório tem grande relevância por observar o êxito derivado das estratégias e táticas propostas pelas candidatas. Aqui, as relações de causa e efeito são avaliadas junto aos resultados obtidos por seus clientes. O primeiro caso trata desta observação institucional sobre a imagem positiva e função do SEBRAE-AL junto a população alagoana. Com um aumento expressivo da nota em pesquisa regular do órgão, o SEBRAE-AL alcançou 9,04 de dez pontos em eficácia, superando todas as unidades do Brasil. O segundo caso também revela o sucesso da concorrente - o Detran-AL alcançou mais de um milhão de visualizações orgânicas no período da campanha, ultrapassando 50 milhões de impressões. Desta forma, é possível conceder à candidata escala máxima neste segundo momento, por atender a todos os pontos do subscritório (E5).

Por fim, o terceiro subscritório trata da lógica da exposição, incluindo sua ordenação narrativa e fluidez. Neste sentido, ambos os casos são descritos de forma adequada, iniciando com uma composição textual que privilegia o cenário encontrado e concluindo com resultados derivados dos prognósticos realizados pela agência. Observa-se que os aspectos formais no texto são atendidos e os relatos tiveram suas autorizações de produção e veiculação dentro do período exigido em edital. As peças anexas ao conjunto ilustram de forma adequada o caso apresentado pela licitante, ampliando a percepção do trabalho de excelência da agência. Sendo assim, é possível contemplar o conjunto da candidata com nota máxima neste terceiro momento (E5).

PLANO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AVALIADOR:01	<i>Sociedade Paula Mendes</i>	
PONTUAÇÃO:	30,5 (TRINTA PONTOS E CINCO DÉCIMOS)	AGÊNCIA DUCK
AGÊNCIA		

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada questão é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada questão, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.

Para aferir insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.

Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do questionamento em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.

Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o questionamento em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.

Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o questionamento em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

VIA IDENTIFICADA

Sociedade Paula Mendes

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	4,0 (quatro) pontos	E4	2,8
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, presteza no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	6,0 (seis) pontos	E4	4,2
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0 (cinco) pontos	E4	3,5
máximo de 15 pontos		Totalização do critério		10,5

Relatório de razões que fundamentam as notas:

Este item da proposta identificada tem a função de avaliar a estrutura real que a licitante coloca à disposição da Secretaria Municipal de Comunicação de Maceió. Nesta etapa, examinam-se os recursos técnicos, humanos e organizacionais que permitirão a execução da conta pública com segurança, eficiência e continuidade. Espera-se que a agência demonstre capacidade operacional compatível com o porte da Prefeitura de Maceió e com a complexidade das demandas de comunicação institucional.

O subitem A examina se a licitante dispõe de estrutura material e humana compatível com as exigências operacionais da conta pública, considerando tanto os recursos físicos e tecnológicos disponíveis quanto a composição, qualificação e dimensionamento da equipe apresentada. Nesta análise, observa-se a capacidade da agência de sustentar, de forma contínua, a execução de campanhas institucionais de médio e grande porte, em consonância com as diretrizes estabelecidas no edital. A proposta da licitante é avaliada como **satisfatoriamente abordada**. Observa-se que o volume identificado apresenta relação de clientes em atividade dentro do limite previsto no instrumento convocatório, incluindo anunciantes públicos, o que indica experiência no atendimento a demandas institucionais. O dimensionamento da equipe destinada ao atendimento da SECOM contempla quinze profissionais, embora apenas quatorze currículos resumidos tenham sido apresentados, o que limita parcialmente a análise completa do quadro funcional. Ainda assim, todas as áreas essenciais ao funcionamento de uma agência de propaganda estão representadas, com profissionais formados em comunicação, design, marketing ou áreas afins. No que se refere à infraestrutura, a agência demonstra adequação às práticas contemporâneas do mercado, com utilização de softwares criativos compatíveis com as rotinas das equipes. Destaca-se a disponibilidade de pesquisas básicas e de instrumentos avançados de análise e planejamento, que contribuem para o suporte às decisões estratégicas, ainda que se observe a ausência de informativos setoriais adicionais. Registra-se, por fim, a inexistência de informações relativas a políticas de checagem ou à manutenção de contratos regulares com empresas

Sendo assim

especializadas em checking e auditoria de mídia, aspecto relevante para o acompanhamento e validação das inserções publicitárias. Diante desse conjunto de elementos, com atendimento adequado aos requisitos estruturais, mas com lacunas de detalhamento em pontos específicos, o subcritério é considerado satisfatoriamente atendido.

O subitem B avalia a sistemática de atendimento proposta pela licitante, com foco na organização dos fluxos internos, na clareza dos processos de trabalho e na adoção de práticas que assegurem eficiência, segurança e previsibilidade na relação com a administração pública. São considerados, ainda, os mecanismos de controle, os prazos operacionais, as rotinas de acompanhamento e as medidas relacionadas à proteção e gerenciamento das informações institucionais. A proposta da licitante é avaliada como **satisfatoriamente abordada**. Observa-se que o volume identificado apresenta descrição do fluxo de trabalho que permite compreender a dinâmica de relacionamento entre agência e cliente ao longo das etapas de criação, ajustes e planejamento de mídia. A gestão das atividades internas é apoiada por software específico, o que contribui para maior organização e controle dos processos. Destaca-se, ainda, a abordagem de diretrizes voltadas à segurança da informação, com referência a políticas de armazenamento, sigilo e realização de cópias de segurança, aspecto relevante no atendimento a contas públicas. A presença da agência em Maceió, com sede estabelecida há longo período e estrutura adequada para o trato da conta, favorece o relacionamento direto com a contratante. Entretanto, os prazos propostos para criação de campanhas, alterações de peças e elaboração de planos de mídia mostram-se significativamente superiores às médias praticadas pelo mercado e às expectativas operacionais da administração pública, o que limita a agilidade do atendimento. Diante desse conjunto de elementos, o subcritério é considerado satisfatoriamente atendido, com restrição relevante associada aos prazos apresentados.

O subitem C analisa a estrutura de alocação de profissionais destinada ao atendimento da conta da Secretaria Municipal de Comunicação, observando-se o grau de dedicação da equipe indicada, sua adequação técnica e a coerência do modelo proposto frente ao volume e à complexidade das demandas previstas, bem como aspectos relacionados à gestão de pessoas. A proposta da licitante é avaliada como **satisfatoriamente abordada**. Observa-se a designação de quatro profissionais em regime de dedicação exclusiva à SECOM, contemplando funções essenciais como atendimento, mídia e criação, o que assegura a presença mínima necessária para a operação da conta. Entretanto, o número de profissionais com dedicação permanente, ainda que não exclusiva, mostra-se reduzido, com apenas três integrantes nesse regime, enquanto parte significativa do quadro é indicada para atuação eventual, o que limita a disponibilidade efetiva de recursos humanos no atendimento cotidiano da conta. No que se refere às políticas identitárias, a agência apresenta diretrizes relacionadas à equidade de gênero e à valorização da diversidade, embora de forma genérica, sem detalhamento de ações estruturadas voltadas à capacitação, promoção de igualdade de oportunidades ou desenvolvimento contínuo desses princípios. Diante desse conjunto de elementos, o subcritério é considerado atendido de forma satisfatória, com restrições associadas ao dimensionamento da equipe de apoio permanente e ao nível de aprofundamento das políticas de gestão de pessoas.

6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
		4,0	(quatro) pontos	4,0
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0	(quatro) pontos	4,0
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0	(dois) pontos	2,0
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0	(quatro) pontos	4,0
máximo de 10 pontos		Totalização do critério		
		10,0		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é composto pelo conjunto de peças reais apresentadas pela licitante para demonstrar sua competência técnica e sua experiência em campanhas publicitárias já executadas. Nesta etapa, a avaliação considera a qualidade estética e técnica dos materiais, a pertinência criativa das soluções propostas, a clareza das informações apresentadas e a aderência dos trabalhos ao contexto da comunicação pública. Também se observa a capacidade de atuar em campanhas institucionais, educativas e de interesse coletivo, bem como a viabilidade das soluções frente às verbas envolvidas.

O subitem A examina a qualidade técnica e conceitual do conjunto de peças apresentado pela licitante, considerando aspectos como concepção criativa, redação, direção de arte, acabamento e adequação das soluções aos objetivos dos anúnciantes. Nesta análise, observa-se se os materiais demonstram domínio dos fundamentos da comunicação publicitária e maturidade criativa compatível com campanhas institucionais e de interesse público. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Verifica-se que o volume identificado contempla o número máximo de peças permitido, totalizando nove trabalhos distribuídos de forma compatível com os limites por categoria previstos, incluindo filmes para televisão, cinema ou meios digitais, peças desenhadas exclusivamente para áudio e materiais gráficos destinados à mídia impressa e ou OOH. Observa-se que a maior parte dos exemplos apresentados está vinculada ao poder público ou ao Sistema S, o que reforça a aderência do repertório ao universo da comunicação institucional. Destaca-se o atendimento às vedações editalícias, uma vez que nenhuma das peças faz referência à Prefeitura de Maceió, bem como o cumprimento do critério de recenticidade, não havendo veiculação anterior a primeiro de janeiro de dois mil e vinte. Do ponto de vista criativo e técnico, o conjunto apresenta soluções bem resolvidas e pertinentes, atendendo integralmente aos requisitos previstos para este subitem e justificando a atribuição da pontuação máxima.

Sede: Maceió

O subitem B avalia a clareza e a organização das informações fornecidas pela licitante na apresentação de seu repertório, incluindo fichas técnicas, contextualização dos casos e exploração dos desafios enfrentados em cada trabalho. Considera-se, aqui, a capacidade da agência de expor seus projetos de forma objetiva e compreensível, permitindo a correta leitura do papel desempenhado pelas peças nos contextos em que foram veiculadas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que todos os exemplos apresentados reúnem os dados essenciais previstos no edital, incluindo indicação de datas ou períodos de veiculação, contextualização dos casos e identificação das praças em que as campanhas foram exibidas. Os resumos apresentados contribuem para o entendimento do cenário em que cada ação foi desenvolvida e de sua inserção nas estratégias adotadas para os respectivos clientes, contemplando, inclusive, informações relativas aos veículos utilizados. Destaca-se, ainda, a indicação da abrangência das campanhas associadas a cada peça, aspecto que favorece a leitura do alcance das ações e da dimensão dos projetos apresentados. Diante da organização das informações e do atendimento integral aos requisitos previstos para este subitem, o repertório demonstra clareza expositiva e consistência informativa compatíveis com a atribuição da pontuação máxima.

O subitem C analisa a viabilidade das soluções criativas apresentadas, a diversidade dos casos incluídos no repertório e sua aderência às especificidades da comunicação pública. Observa-se se os trabalhos demonstram boa relação entre proposta criativa e condições de execução, bem como se evidenciam experiência da licitante no atendimento a órgãos públicos e em campanhas institucionais de diferentes naturezas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que parte significativa das peças selecionadas está vinculada a anunciantes do poder público, incluindo trabalhos desenvolvidos para o Governo de Alagoas e para o SCSL, o que demonstra alinhamento consistente com o universo da comunicação institucional e com o tipo de demanda associada à conta em disputa. Entre os exemplos apresentados, destaca-se a ação de mídia exterior realizada para a clínica do SCSL, que utiliza de forma criativa as portas de um shopping center como suporte comunicacional, potencializando o impacto da mensagem e aproximando o serviço de um público amplo em ambiente de grande circulação. A adequação das praças aos respectivos clientes e a coerência entre proposta criativa, meio utilizado e contexto de veiculação reforçam a leitura de exequibilidade das soluções apresentadas. Diante desse conjunto de elementos, o repertório demonstra aderência plena às necessidades da SECOM da capital alagoana, atendendo integralmente aos requisitos previstos para este subitem.

Saudáveis

O subitem A examina se os relatos apresentados pela licitante demonstram evidências consistentes de planejamento publicitário, a partir da identificação dos cenários enfrentados, da leitura dos problemas de comunicação e da definição de objetivos compatíveis com cada contexto. Avalia-se, neste ponto, a qualidade do diagnóstico construído e a clareza do raciocínio que orienta as decisões estratégicas adotadas nos casos relatados. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que o volume identificado contempla o número máximo de relatos permitido pelo instrumento convocatório, apresentando dois casos distintos e adequadamente contextualizados. O primeiro refere-se à campanha de matrículas 2024 da escola SESI Alagoas, na qual a agência estrutura o diagnóstico a partir da necessidade de manutenção do posicionamento institucional e de estímulo à aceleração das inscrições. O segundo caso aborda campanha de sensibilização voltada à promoção da cultura de paz e à prevenção da violência durante o Carnaval de Alagoas de 2024, construída a partir da observação de um contexto social específico e de alta exposição pública. Em ambos os relatos, a agência demonstra capacidade de leitura da realidade dos anunciantes, identificando elementos relevantes do cenário e organizando esses insumos de forma coerente para a definição dos desafios de comunicação apresentados. Os diagnósticos sustentam com clareza as estratégias descritas, caracterizando atendimento integral aos requisitos previstos para este subitem.

Neste item, a licitante apresenta relatos de casos reais em que foi responsável pelo planejamento e pela execução de soluções destinadas a enfrentar desafios concretos de comunicação. A avaliação considera a capacidade da agência de elaborar diagnósticos consistentes, definir objetivos claros, propor estratégias adequadas e demonstrar resultados alcançados. Também são observadas a coerência entre problema, solução e resultados, a clareza da exposição e a organização lógica da narrativa, elementos fundamentais para aferir a maturidade do planejamento publicitário apresentado.

Relatório de razões que fundamentam as notas:

ITEM	máximo de 10 pontos		Totalização do critério	10,0
	DESCRITIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0 (três) pontos	FS	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quatro) pontos	FS	4,0
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0 (três) pontos	FS	3,0

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

O subitem B avalia a consistência das relações estabelecidas entre os problemas de comunicação identificados, as soluções propostas e os resultados apresentados nos casos relatados. Observa-se se as estratégias descritas respondem de forma direta aos desafios diagnosticados, bem como se os resultados demonstrados são pertinentes, mensuráveis e compatíveis com os esforços de comunicação empreendidos. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. No caso referente à campanha de matrículas da escola SESI Alagoas, observa-se a apresentação de resultado objetivo e mensurável, com superação da meta estabelecida em vinte e três por cento após a veiculação das ações de comunicação, evidenciando impacto direto das estratégias adotadas sobre o desempenho institucional. Já no relato relacionado à campanha de sensibilização do Governo de Alagoas para a promoção da cultura de paz durante o período carnavalesco, os resultados apresentados indicam elevado grau de efetividade, com mobilização social significativa e reflexos positivos nos indicadores de segurança pública, incluindo a ausência de registros de feminicídio no período e a redução expressiva dos crimes violentos letais. Em ambos os casos, os dados apresentados permitem estabelecer relação clara de causa e efeito entre as estratégias propostas e os resultados alcançados, atendendo integralmente aos requisitos previstos para este subitem.

O subitem C analisa a organização dos relatos apresentados, considerando a clareza da exposição, a ordenação lógica das informações e a coerência narrativa dos casos descritos. Neste subitem, observa-se se a licitante apresenta os dados de forma estruturada e objetiva, facilitando a compreensão das etapas do planejamento, das escolhas realizadas e dos desdobramentos das ações de comunicação. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que ambos os relatos são construídos com encadeamento lógico adequado, iniciando-se pela contextualização dos cenários enfrentados e evoluindo de maneira coerente até a apresentação dos resultados decorrentes das estratégias adotadas. Os aspectos formais exigidos pelo edital são plenamente atendidos, inclusive no que se refere às autorizações de produção e veiculação das peças dentro do período estabelecido, assegurando a regularidade dos materiais apresentados. As peças anexadas funcionam como suporte ilustrativo consistente aos relatos, contribuindo para a compreensão dos casos e reforçando a percepção da qualidade do trabalho desenvolvido. Diante desse conjunto de elementos, o subcritério atende integralmente às expectativas avaliativas previstas.

Sinal Verde

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AVALIADOR:02	<i>Manoel Vitor Dantas</i>	AGÊNCIA
PONTUAÇÃO:	30,5 (TRINTA PONTOS E CINCO DÉCIMOS)	AGÊNCIA DUCK

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada questão é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada questão, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.

Para aferir insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.

Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns aspectos relevantes do quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.

Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.

Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	4,0 (quatro) pontos	E4	2,8
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, presteza no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	6,0 (seis) pontos	E4	4,2
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0 (cinco) pontos	E4	3,5
mínimo de 15 pontos		Totalização do critério		10,5

Relatório de razões que fundamentam as notas:

A capacidade de atendimento é composta por três subitens e corresponde a um conjunto descritivo que analisa a capacidade global apresentada pela licitante para o atendimento da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Abrange a dinâmica de prestação dos serviços, a execução das campanhas publicitárias, os fluxos operacionais adotados, a gestão das equipes designadas, bem como outras questões de natureza operacional e gerencial relacionadas ao pessoal alocado para o atendimento da conta.

No primeiro subitem desta etapa, são avaliados os aspectos relacionados aos recursos materiais, à infraestrutura e ao corpo funcional disponibilizados pela candidata nos diversos setores, com vistas ao atendimento das demandas de comunicação da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, observa-se que a candidata apresentou o número máximo de clientes relevantes permitido pelo edital, totalizando oito, todos de clientes públicos, dentre os quais se destacam Senai Alagoas, SESI Alagoas e Prefeitura de Pão de Açúcar. Também se observa que a equipe disponibilizada pela licitante é composta por quinze integrantes, dos quais apenas quatorze tiveram minicurrículos apresentados. A ausência de um minicurrículo inviabiliza a avaliação deste membro da equipe, o que consequentemente impacta na avaliação da experiência profissional, formação acadêmica e trajetória profissional da equipe. As principais áreas da agência, nos termos previstos no edital, encontram-se devidamente contempladas, com pelo menos um profissional graduado em comunicação, design, marketing ou áreas correlatas integrando a equipe. No que se refere aos recursos materiais, constata-se o pleno atendimento às exigências editoriais, uma vez que a candidata dispõe de instalações físicas compatíveis e atende aos requisitos tecnológicos, contando com softwares criativos adequados às necessidades operacionais e estratégicas da prestação dos serviços. Por fim, verifica-se que a concorrente disponibiliza, sem ônus adicional, pesquisas básicas e avançadas compatíveis com as demandas de comunicação do município, tais como: do Google Trends,

VIA IDENTIFICADA

Kantar Ibope, Instar Analytics e Instar Planning. Todavia, a concorrente não oferece ferramentas de checagem e auditoria de mídia, circunstância que compromete o nível de qualidade do atendimento a ser prestado ao Município de Maceió. Em razão do atendimento dos principais aspectos do quesito **este subitem alcança a escala quatro (satisfatoriamente abordado), correspondente à 70% do esperado para o subitem.**

No segundo subitem desta etapa, são analisados os aspectos relacionados à sistemática de atendimento à Prefeitura Municipal de Maceió, abrangendo, entre outros, a operacionalidade, a prontez, o cumprimento de obrigações e a observância de prazos. Nesse cenário, constata-se que a candidata descreve sua sistemática de atendimento de maneira clara e objetiva, todavia estabelece prazos longos e muito superiores com a prática de mercado, a saber: três a cinco dias úteis para alterações em peças, até vinte dias úteis para elaboração de plano de mídia e de quinze a trinta dias úteis para a entrega de campanhas publicitárias. No que concerne à operacionalidade, verifica-se que a concorrente organiza e gerencia seu fluxo de trabalho por meio do software PubliManager, o que contribui para maior controle e eficiência dos processos internos. Destaca-se, ainda, a expertise da licitante no atendimento ao setor público, especialmente no que se refere à segurança da informação, uma vez que demonstra adoção de normas internas de sigilo, procedimentos de armazenamento de dados e sistemas de backup. Ademais a candidata possui sede em Maceió e 26 anos de atuação no mercado, circunstância que assegura proximidade geográfica e plena capacidade de resposta às demandas do município. Em razão do atendimento dos principais aspectos do quesito **este subitem alcança a escala quatro (satisfatoriamente abordado), correspondente à 70% do esperado para o subitem.**

No terceiro e último subitem desta etapa, são avaliados os aspectos relacionados à capacidade técnica, às políticas identitárias e à dedicação da equipe destinada ao acompanhamento da conta da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, verifica-se que a candidata disponibiliza quatro profissionais atuando de forma exclusiva no atendimento da conta, de outros três profissionais dedicados à conta, o que embora haja capacidade técnica compatível com as demandas do contrato revela estrutura menos adequada pelo baixo quantitativo de profissionais em atuação permanente. Apesar disso, constam na proposta políticas voltadas à promoção da igualdade. Ainda que não sejam apresentadas explicações mais detalhadas, observa-se que o setor de recursos humanos desenvolve ações direcionadas à promoção da igualdade de gênero e ao respeito à diversidade, evidenciando preocupação com a proteção de pautas das minorias e no enfrentamento de questões sociais relevantes. Em razão do atendimento dos principais aspectos do quesito **este subitem alcança a escala quatro (satisfatoriamente abordado), correspondente à 70% do esperado para o subitem.**

6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
	<i>máximo de 10 pontos</i>			
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos questionários de concepção e pertinência criativa;	4,0	FS	4,0
	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0	FS	2,0
b)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0	FS	4,0
c)	Totalização do critério			
				10,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é composto por três subitens e reúne peças de caráter demonstrativo, apresentadas com o objetivo de comprovar a qualidade do trabalho realizado pela candidata na concepção e elaboração de campanhas publicitárias com resultados relevantes, veiculadas em distintos meios e formatos. Os materiais apresentados devem ser atuais e conter a indicação do período de veiculação e do alcance territorial de atuação, de modo a permitir adequada avaliação.

No primeiro subitem desta etapa, são examinados os aspectos artísticos e técnicos do atendimento prestado pela licitante a contas de clientes anteriores, bem como a compatibilidade das soluções apresentadas com as demandas de comunicação da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse sentido, constata-se que a concorrente apresentou o quantitativo máximo de peças permitido, totalizando nove materiais, todos adequadamente concebidos e executados, sendo três vídeos destinados à veiculação em televisão, cinema ou meios digitais, três peças de áudio e três peças para mídia impressa e/ou OOH. Também se observa atualidade em todas as peças, não havendo qualquer material anterior a janeiro de 2020 entre os exemplos. Ademais, observa-se que os trabalhos foram integralmente desenvolvidos para entes públicos e Sistema S. Por fim, a licitante respeita a vedação editalícia e se abstém de apresentar trabalhos que façam referência à Prefeitura de Maceió. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No segundo subitem desta etapa, se avalia, nos casos apresentados e nas peças exibidas, questões relativas à qualidade da execução, ao nível de acabamento e à clareza das informações fornecidas, tanto nos materiais publicitários quanto nas sínteses que contextualizam os respectivos casos. Nesse contexto, constata-se que a licitante apresenta relatos objetivos contendo dados essenciais para a compreensão do cenário das campanhas e de sua vinculação às estratégias adotadas para cada cliente, incluindo informações relativas aos veículos empregados. Verifica-se, igualmente, a apresentação das fichas técnicas das peças, com a indicação das pragas, dos períodos de veiculação e de breve contextualização dos casos, tudo exposto

de forma clara e em estrita observância às exigências editalícias. Ademais, a licitante explicita o alcance das campanhas, elemento fundamental para a adequada análise dos casos apresentados. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente aboradado), correspondente à nota máxima.**

No terceiro e último subitem desta etapa, são avaliadas a exequibilidade das soluções apresentadas, bem como a diversidade e a adequação do repertório às necessidades da publicidade da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, constata-se elevado grau de aderência, uma vez que a licitante apresentou repertório composto integralmente por peças desenvolvidas para o setor público e Sistema S, o que revela plena capacidade de atendimento às demandas do município. As peças apresentadas demonstram variedade de ações e comprovam a viabilidade das soluções propostas pela concorrente em campanhas de seus clientes, destacando-se a peça de OOH no shopping produzida para a Clínica SESI. Ressalta-se, ainda, que as peças de áudio exibem qualidade técnica e criativa, não se caracterizando como simples reproduções de conteúdos audiovisuais. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente aboradado), correspondente à nota máxima.**

VIA IDENTIFICADA

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRITIVO	MAXIMO	ESCALA	NOTA
máximo de 10 pontos				
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0 (três) pontos	FS	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quatro) pontos	FS	4,0
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0 (três) pontos	FS	3,0
Totalização do critério				10,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

Relato de soluções de problemas de comunicação é composto por três subitens e tem por finalidade avaliar soluções assertivas para desafios de comunicação articuladas pela concorrente, evidenciando, de forma clara, a atuação integrada das diferentes áreas da agência na construção de resultados efetivos e sustentáveis ao longo do tempo.

No primeiro subitem desta etapa, são analisadas as competências das licitantes no planejamento de campanhas, a partir da apresentação de casos concretos. Nesse contexto, verifica-se que a concorrente apresentou o quantitativo máximo de materiais admitido para fins de comprovação da capacidade de planejamento, totalizando dois casos: A campanha de matrículas 2024 da Escola SESI de Alagoas e a campanha de sensibilização voltada à promoção da cultura de paz e à prevenção da violência durante o Carnaval de Alagoas 2024. Em ambos os casos, constata-se a apresentação de síntese dos desafios de comunicação enfrentados por cada cliente, acompanhada da descrição das soluções concebidas pela licitante, bem como das ações desenvolvidas para o enfrentamento e superação desses desafios. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No segundo subitem desta etapa, é analisada a capacidade da candidata de alcançar resultados efetivos, a partir do êxito obtido com as estratégias e táticas adotadas em campanhas anteriormente executadas. Nesse contexto, verifica-se a apresentação de síntese dos desafios de comunicação enfrentados por cada cliente, das soluções propostas pela licitante e, ao final, dos resultados efetivamente alcançados. Observa-se que as estratégias de campanha decorrem de análises criteriosas, refletindo-se em resultados expressivos após a execução das ações. A campanha de matrículas da Escola SESI apresentou desempenho superior ao esperado, resultando em superação da meta inicialmente estabelecida em 23% após o período de veiculação. Já o segundo caso, revela a efetividade das ações propostas pela concorrente, uma vez que a campanha de sensibilização para prevenção da violência durante o Carnaval demonstrou impacto social relevante, não sendo registrado qualquer caso de feminicídio no período, além de ter contribuído, ainda que de forma indireta, para a redução de 37,5% nos crimes violentos letais. Em razão do atendimento integral

dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No terceiro e último subitem desta etapa é avaliado a importância dos resultados exibidos posteriormente às ações de comunicação recomendadas pela concorrente. Sob essa perspectiva, constata-se que os dois casos apresentados se encontram devidamente estruturados, com narrativa que contextualiza o cenário inicial enfrentado e evolui até a apresentação dos resultados alcançados a partir das táticas definidas pela agência. Também se observa que os requisitos formais exigidos foram plenamente observados, bem como que os relatos apresentados contam com as devidas autorizações para produção e veiculação, respeitando o período estabelecido no edital. As peças exibidas permitem plena compreensão dos casos, potencializando a leitura crítica e evidenciando a qualidade técnica do trabalho desenvolvido pela licitante. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

VIA IDENTIFICADA

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AVALIADOR:03	AVALIADOR: 03 DE JULIANA	
PONTUAÇÃO:	30,5 (TRINTA PONTOS E CINCO DÉCIMOS)	AGÊNCIA DUCK
		AGÊNCIA

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada questão é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada questão, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.

Para aferir insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.

Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.

Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.

Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

[Assinatura]

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRITIVO	MAXIMO	ESCALA	NOTA
		4,0	(quatro) pontos	
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Macaio.	6,0	(seis) pontos	
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, prestação no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Macaio na escolha de soluções alternativas.	5,0	(cinco) pontos	
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Macaio, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	3,5		
Totalização do critério		10,5		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

As especificidades das diversas áreas de atuação técnica das empresas candidatas são analisadas no caderno capacidade de atendimento. Ante esta definição observa-se a desenvoltura no atendimento e nas perspectivas do serviço e realização de campanhas publicitárias. Também são avaliados os serviços prestados diretamente em comunicação: a execução de um fluxo claro de trabalho, os recursos humanos com suas políticas identitárias e demais questões de cunho operacional e gerencial.

O primeiro subcritério trata das dimensões estruturais da empresa, elementos qualitativos e quantitativos de sua equipe. O texto do caderno se inicia com a necessária listagem contendo os principais clientes em atividade na agência. O quantitativo não excede ao máximo permitido em edital – oito ao todo – contando com três clientes públicos: Senai Alagoas, SESI Alagoas e Prefeituras de Pão de Açúcar, aspecto considerado positivo. Aqui, a concorrente disponibiliza 15 profissionais para atender a SECOM da Prefeitura de Macaio, incluindo currículos resumidos de apenas 14 deles - informações elementares para a análise de pessoal. Além disso, todas as áreas fundamentais de uma agência, em particular as listadas no edital, estão representadas na listagem funcional presente em seu conjunto com ao menos um funcionário graduado em comunicação, design, marketing ou áreas afins. A infraestrutura de equipamentos está adaptada à realidade contemporânea das equipes de criação, com softwares criativos compatíveis com seu segmento de trabalho. A licitante apresenta pesquisas básicas do Google Trends e Kantar Ibope. Como instrumentos de informações avançadas temos o Instar Analytics e o Instar Planning, mesmo que se sinta falta de informativos das áreas disponíveis para a equipe. Outra ausência é a informação sobre políticas de checagem ou mesmo a manutenção de contratos regulares com instrumentos de checking e auditoria de mídia, serviços importantes e desejáveis. Com ausências citadas, é possível conceder a esta licitante escala satisfatória neste subcritério (E4).

O segundo subcritério trata do fluxo de atendimento, sua sistemática, além das demais normas comentadas em edital. Neste caso, a candidata apresenta descrição do seu fluxo de trabalho dimensionando o relacionamento entre a empresa e seu cliente. Contudo, os prazos são considerados muito acima das médias de mercado e expectativas da contratante: de (15 a 30) dias úteis para criação de campanhas, de (3 a 5 dias) para alteração de peças e até (20) dias úteis para plano de mídia. De todo modo, a candidata gerencia as atividades internas a partir de um software específico, o *Publmanager*, questão considerada positiva. A expertise diferenciada para o setor público é contemplada no volume da concorrência, o que inclui a abordagem da responsabilidade com o trato da segurança de informação, alicercado nas melhores políticas de armazenamento, sigilo e cópias de segurança (backup). A candidata tem sua sede em Maceió, onde está presente a 26 anos e contém estrutura para o trato da conta, questão fundamental para o melhor relacionamento com o cliente. Sendo assim, é possível conceder escala satisfatória ao subcritério, em particular pelos prazos propostos (E4).

Já o último subcritério analisa a existência de uma equipe dedicada ao cliente e a qualificação técnica deste conjunto de profissionais, bem como políticas identitárias. Neste aspecto, a licitante determina que 04 profissionais estarão dedicados exclusivamente à SECOP, incluindo profissionais de atendimento, mídia e criação, indispensáveis à operação da conta. Contudo, apenas mais 03 profissionais terão dedicação permanente junto ao cliente, mas de forma não exclusiva, quantitativo considerado limitado. Metade dos profissionais disponíveis só atenderão a conta de forma eventual, questão que diminui a relevância destes profissionais no trato da conta. De todo modo, nas políticas identitárias, os recursos humanos tratam de políticas de equidade de gênero e valorização da diversidade, sem maior detalhamento sobre o incentivo a capacitação de mulheres e promoção de igualdade de oportunidades. Sendo assim, é possível conceder escala satisfatória ao subcritério, ante a excelência do trabalho produzido (E4).



6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRIPTIVO	MAXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0 (dois) pontos	ES	2,0
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
Totalização do critério				10,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é um conjunto de peças-exemplo que caracterizam a qualidade do trabalho da candidata no desenvolvimento criativo de campanhas com resultados de destaque em diversos suportes. É esperado que os trabalhos apresentem, preferencialmente, data ou período de veiculação e indicação de sua atuação geográfica. A contemporaneidade destes trabalhos também é observada pelos avaliadores.

No primeiro subcritério temos como foco duas questões: a capacidade técnica percebida pela riqueza criativa e o potencial artístico observado na composição textual e imagética das mensagens. Aqui, a licitante apresenta o número máximo permitido pelas diretorias do edital (9 peças) ao todo. Os limites por categoria são obedecidos: são (03) para filmes em televisão, cinema ou meios digitais; (03) para peças realizadas exclusivamente em áudio e (03) gráficos de mídia impressa e/ou OOH para seus clientes. No volume da concorrência vemos que, entre os exemplos apresentados, a maior parte está relacionada ao poder público ou Sistema S, aspecto muito positivo. É importante destacar que nenhum trabalho faz referência à Prefeitura de Macaé, aspecto vedado na construção do repertório. Todas as peças são recentes: nenhuma delas foi veiculada anteriormente a 01 de janeiro de 2020. Sendo as peças representantes do seu trabalho dotadas de boa concepção e pertinência criativa, o conjunto atende às necessidades estruturais e técnicas do edital, no que é possível conceder à candidata escala máxima, com todos os elementos do subcritério atendidos (E5).

O segundo subcritério aborda as informações presentes na apresentação de seu repertório, sua clareza nas informações prestadas, descrição do caso e a existência dos elementos obrigatórios de identificação das campanhas. Cada trabalho apresentado no conjunto do repertório contém data ou período de veiculação, pequeno resumo do caso em que estão inseridos e praças em que foram exibidos, aspectos positivos nesta instância. Os resumos apresentam dados relevantes para o entendimento do contexto da campanha e da sua inserção nas estratégias desenvolvidas para os clientes, incluindo questões relativas aos veículos. Ao determinar as peças, a candidata destaca a abrangência da campanha, aspecto essencial para



entendimento dos casos. Desta forma, atendendo a todos os pontos da instância avaliativa, a candidata obtém escala máxima no item em questão (E5).

Finalmente, no terceiro subcritério, analisamos questões como a aderência dos exemplos do repertório em relação aos desafios da SECOM da Prefeitura de Maceió, bem como sua exequibilidade. A aderência é observada com a presença de seis de suas peças relacionadas ao poder público (Governo de Alagoas e Sesi) – o que demonstra consonância com os desafios de comunicação da conta disputada. Entre as peças apresentadas, a instalação em OOH da clínica Sesi se destaca pelo uso criativo das portas de um shopping center para impactar um grande volume de pessoas, aproximando o serviço a seu público. Sendo plenamente aderente às necessidades da SECOM da capital alagoana, vemos que a adequação das praças aos clientes é evidente e completa o trabalho de qualidade da candidata. Desta forma, atendendo ao esperado para o subcritério, é possível conceder escala máxima ao item em questão (E5).

VIA IDENTIFICADA

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRITIVO			MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0	(três) pontos	ES	3,0	10,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0	(quatro) pontos	ES	4,0	
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0	(três) pontos	ES	3,0	
Totalização do critério						

Relatório de razões que fundamentam as notas:

A análise dos relatos de soluções de comunicação busca avaliar soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas pela concorrente, atestando de forma clara o trabalho integrado entre as áreas da agência para produzir resultados efetivos e duradouros.

O primeiro subcritério observa a capacidade de diagnóstico das candidatas nos relatos apresentados, bem como a capacidade de síntese no texto produzido pelas concorrentes, evidenciando seu trabalho de planejamento. Aqui, vemos que o trabalho da concorrente se fundamenta em elementos de planejamento para desenvolver a descrição do caso e sua consequente observação diagnóstica. O caderno da licitante apresenta o número máximo de relatos permitidos – dois ao todo – atendendo às demais limitações do instrumento de convocação. O primeiro caso é referente a campanha de matrículas 2024 da escola Sesi de Alagoas, buscando manter sua posição no mercado e acelerar a inscrição de alunos. O segundo caso, é da campanha de sensibilização para a cultura de paz e prevenção da violência no carnaval de alagoas 2024. Em ambos os casos a agência é capaz de observar a realidade do cliente para destacar aspectos capazes de compor o desafio de comunicação a ser resolvido. Uma vez que o conteúdo do subcritério é pertinente, é possível contemplar o trabalho da candidata com escala máxima neste primeiro momento (E5).

O segundo subcritério tem grande relevância por observar o êxito derivado das estratégias e táticas propostas pelas candidatas. Aqui, as relações de causa e efeito são avaliadas junto aos resultados obtidos por seus clientes. O primeiro caso trata das matrículas da escola Sesi que alcançaram números expressivos: a meta foi superada em 23% após a campanha veiculada. O segundo caso também revela sucesso da concorrente: a campanha do Governo de Alagoas mobilizou a população de tal forma que não existiram feminicídio no período, além de indiretamente contribuir para a redução de 37,5% nos crimes violentos letais. Desta forma, é possível conceder à candidata escala máxima neste segundo momento, por atender a todos os pontos do subcritério (E5).

Por fim, o terceiro subcritério trata da lógica da exposição, incluindo sua ordenação narrativa e fluidez. Neste sentido, ambos os casos são descritos de forma adequada, iniciando com uma composição textual que privilegia o cenário encontrado e concluindo com resultados derivados dos prognósticos realizados pela agência. Observa-se que os aspectos formais no texto são atendidos e os relatos tiveram suas autorizações de produção e veiculação dentro do período exigido em edital. As peças anexas ao conjunto ilustram de forma adequada o caso apresentado pela licitante, ampliando a percepção do trabalho de excelência da agência. Sendo assim, é possível contemplar o conjunto da candidata com nota máxima neste terceiro momento (E5).

VIA IDENTIFICADA



PLANO DE COMUNICACAO PUBLICITARIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AGENCIADOR:01	Sociedade Fidei Hens	AGENCIA
PONTUACAO:	32,6 (TRINTA E DOIS PONTOS E SEIS DECIMOS)	AGENCIA LABOX

Escala de Avaliacao

Conforme indicado em edital, a pontuacao em cada questao e considerada, como nota maxima para efeito de atribuicao das notas por esta subcomissao tecnica e referencia para os percentuais usados na escala de avaliacao. Cada nota sera atribuida partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto ate a quantidade maxima de pontos indicada em cada questao, efetuando-se os calculos com, no maximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificacao	Percentual do total	Escala
Nao abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para afetar Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editoriais, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliacao.
Para afetar insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade minima necessaria. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relacao com o item na proposta tecnica considerando o solicitado.
Para afetar parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns aspectos relevantes do quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa tecnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.
Para afetar satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa tecnica esperada e descrita no instrumento.
Para afetar totalmente abordado: Esta avaliacao e conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possivel, solucoes com elementos de destaque e diferenciado atendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Sociedade Fidei Hens

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura, dos equipamentos e em TI, dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	4,0 (quatro) pontos	E4	2,8
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, presteza no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	6,0 (seis) pontos	E5	6,0
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0 (cinco) pontos	E5	5,0
máximo de 15 pontos		Totalização do critério		13,8

Relatório de razões que fundamentam as notas:

Este item da proposta identificada tem a função de avaliar a estrutura real que a licitante coloca à disposição da Secretaria Municipal de Comunicação de Maceió. Nesta etapa, examinam-se os recursos técnicos, humanos e organizacionais que permitirão a execução da conta pública com segurança, eficiência e continuidade. Espera-se que a agência demonstre capacidade operacional compatível com o porte da Prefeitura de Maceió e com a complexidade das demandas de comunicação institucional.

O subitem A examina se a licitante dispõe de estrutura material e humana compatível com as exigências operacionais da conta pública, considerando tanto os recursos físicos e tecnológicos disponíveis quanto a composição, qualificação e dimensionamento da equipe apresentada. Nesta análise, observa-se a capacidade da agência de sustentar, de forma contínua, a execução de campanhas institucionais de médio e grande porte, em consonância com as diretrizes estabelecidas no edital. A proposta da licitante é avaliada como **satisfatoriamente abordada**. Observa-se que o volume identificado apresenta relação de clientes em atividade composta integralmente por entes públicos, incluindo diversas prefeituras e o Governo de Alagoas, respeitando o limite quantitativo previsto no instrumento convocatório e evidenciando experiência consistente no atendimento a demandas institucionais. O dimensionamento da equipe destinada ao atendimento da SECOM revela-se adequado, com a indicação de vinte e dois profissionais de perfil técnico e um profissional administrativo, acompanhados de currículos resumidos que permitem identificar formação acadêmica e experiências compatíveis com as funções exercidas. Todas as áreas essenciais ao funcionamento de uma agência de propaganda estão contempladas, assegurando cobertura funcional das etapas de planejamento, criação, mídia, produção e atendimento. No que se refere à infraestrutura, observa-se adequação geral às práticas contemporâneas do mercado, contudo, a ausência de especificação dos softwares criativos utilizados limita a avaliação objetiva desse recurso, permitindo apenas inferir sua compatibilidade. Destaca-se, ainda, a disponibilidade de pesquisas básicas e instrumentos avançados de informação e planejamento, compondo um suporte informacional positivo para o atendimento do contrato,

Seel
neel

ainda que não sejam mencionados informativos setoriais adicionais. A indicação de contratação de serviços de checking de mídia reforça a confiabilidade dos processos apresentados. Diante desse conjunto de elementos — com atendimento amplo aos requisitos, mas com lacunas pontuais de detalhamento — o subcritério é considerado satisfatoriamente atendido.

O subitem B avalia a sistemática de atendimento proposta pela licitante, com foco na organização dos fluxos internos, na clareza dos processos de trabalho e na adoção de práticas que assegurem eficiência, segurança e previsibilidade na relação com a administração pública. São considerados, ainda, os mecanismos de controle, os prazos operacionais, as rotinas de acompanhamento e as medidas relacionadas à proteção e ao gerenciamento das informações institucionais. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que o volume identificado apresenta descrição clara do fluxo de trabalho, apoiada por representação gráfica da operacionalidade, o que permite compreender de forma objetiva a dinâmica de relacionamento entre agência e cliente. Os prazos estabelecidos mostram-se compatíveis com as exigências contratuais e com parâmetros praticados pelo mercado, contemplando intervalos adequados para criação de campanhas, ajustes de peças e elaboração de planos de mídia. A gestão das atividades internas é realizada por meio de dois softwares específicos, contribuindo para maior organização, controle e rastreabilidade dos processos. Destaca-se, ainda, a abordagem consistente das responsabilidades relacionadas à segurança da informação, com a adoção de políticas voltadas ao armazenamento adequado de dados, manutenção de sigilo e realização de cópias de segurança. A presença de equipe estruturada em Maceió, com sede dotada de infraestrutura para o trato da conta, reforça a capacidade de atendimento presencial e a proximidade operacional com a contratante. Diante desse conjunto de elementos, a sistemática apresentada atende integralmente aos requisitos previstos para este subcritério.

O subitem C analisa a estrutura de alocação de profissionais destinada ao atendimento da conta da Secretaria Municipal de Comunicação, observando-se o grau de dedicação da equipe indicada, sua adequação técnica e a coerência do modelo proposto frente ao volume e à complexidade das demandas previstas, bem como aspectos relacionados à gestão de pessoas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Verifica-se que a agência apresenta um arranjo de equipe consistente, com a designação de seis profissionais em regime de dedicação exclusiva à SECOM, contemplando funções essenciais como atendimento, mídia e criação, o que assegura a operação contínua da conta. Soma-se a esse núcleo a disponibilidade de outros doze profissionais com dedicação permanente, ainda que não exclusiva, ampliando a capacidade de resposta e conferindo flexibilidade ao atendimento. No que se refere à gestão de pessoas, observa-se a apresentação detalhada de políticas institucionais voltadas à equidade social e à perspectiva de gênero, evidenciando atenção a pautas minoritárias e alinhamento com boas práticas contemporâneas de responsabilidade social no ambiente organizacional. Esse conjunto de elementos demonstra coerência entre estrutura, qualificação profissional e diretrizes internas, atendendo integralmente às expectativas previstas para este subcritério.

Souza

6. REPERTÓRIO

ITEM		DESCRITIVO			MAXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0	(quatro) pontos	E5	4,0	Totalização do critério	10,0
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0	(dois) pontos	E5	2,0		
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0	(quatro) pontos	E5	4,0		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é composto pelo conjunto de peças reais apresentadas pela licitante para demonstrar sua competência técnica e sua experiência em campanhas publicitárias já executadas. Nesta etapa, a avaliação considera a qualidade estética e técnica dos materiais, a pertinência criativa das soluções propostas, a clareza das informações apresentadas e a aderência dos trabalhos ao contexto da comunicação pública. Também se observa a capacidade de atuar em campanhas institucionais, educativas e de interesse coletivo, bem como a viabilidade das soluções frente às verbas envolvidas.

O subitem A examina a qualidade técnica e conceitual do conjunto de peças apresentado pela licitante, considerando aspectos como concepção criativa, redação, direção de arte, acabamento e adequação das soluções aos objetivos dos anunciantes. Nesta análise, observa-se se os materiais demonstram domínio dos fundamentos da comunicação publicitária e maturidade criativa compatível com campanhas institucionais e de interesse público. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Verifica-se que o repertório apresentado contempla o número máximo de peças permitido pelo edital, totalizando nove trabalhos, com distribuição integralmente compatível com as exigências estabelecidas, sendo três filmes destinados à televisão, cinema ou meios digitais, três peças desenvolvidas exclusivamente em áudio e três materiais gráficos voltados à mídia impressa e ou OOH. Observa-se que a totalidade dos exemplos apresentados está vinculada diretamente ao poder público, aspecto que reforça de forma significativa a aderência do repertório ao contexto da comunicação institucional. Destaca-se, ainda, o atendimento às vedações editais, uma vez que nenhuma das peças faz referência à Prefeitura de Maceió, bem como o cumprimento do critério de recenticidade, não havendo veiculação anterior a primeiro de janeiro de dois mil e vinte. Do ponto de vista criativo, o conjunto revela soluções bem resolvidas sob os aspectos conceitual e estético, com pertinência criativa e adequação técnica compatíveis com as exigências previstas para este subcritério, sustentando a atribuição da pontuação máxima.

509.1009

O subitem B avalia a clareza e a organização das informações fornecidas pela licitante na apresentação de seu repertório, incluindo fichas técnicas, contextualização dos casos e explicação dos desafios enfrentados em cada trabalho. Considera-se, aqui, a capacidade da agência de expor seus projetos de forma objetiva e compreensível, permitindo a correta leitura do papel desempenhado pelas peças nos contextos em que foram veiculadas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que todos os trabalhos apresentados reúnem as informações essenciais exigidas para a correta compreensão dos casos, contemplando datas ou períodos de veiculação, identificação das praças e resumos explicativos que situam cada campanha em seu respectivo contexto. Esses resumos apresentam dados relevantes para o entendimento do cenário em que as ações foram desenvolvidas e de sua inserção nas estratégias adotadas, incluindo informações relativas aos veículos utilizados. Destaca-se, ainda, a indicação da abrangência das campanhas, aspecto que contribui para uma leitura mais precisa do alcance das ações e da dimensão dos projetos apresentados. Diante da organização das informações e do atendimento integral aos requisitos previstos para este subcritério, o repertório demonstra clareza expositiva e consistência informativa compatíveis com a atribuição de pontuação máxima.

O subitem C analisa a viabilidade das soluções criativas apresentadas, a diversidade dos casos incluídos no repertório e sua aderência às especificidades da comunicação pública. Observa-se se os trabalhos demonstram boa relação entre proposta criativa e condições de execução, bem como se evidenciam experiência da licitante no atendimento a órgãos públicos e em campanhas institucionais de diferentes naturezas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que a totalidade das peças selecionadas está vinculada a anunciantes do poder público, incluindo diferentes prefeituras e órgãos estaduais, o que evidencia alinhamento direto com o universo da comunicação institucional e com o tipo de demanda associado à conta em disputa. Entre os exemplos apresentados, destacam-se os filmes desenvolvidos para a Prefeitura do Recife, cuja pertinência se sobressai pela adequação da abordagem comunicacional ao formato de prestação de contas, mesmo diante das limitações criativas inerentes a esse tipo de conteúdo. Do ponto de vista da execução, as soluções demonstram compatibilidade entre proposta criativa, meios utilizados e condições práticas de veiculação, com atenção especial às peças concebidas especificamente para áudio, que apresentam linguagem própria e não se configuram como simples transposições de conteúdos audiovisuais. A adequação das praças aos respectivos clientes reforça a leitura de exequibilidade e domínio dos processos de implementação, completando um conjunto coerente e tecnicamente consistente, que atende integralmente aos requisitos previstos para este subcritério.

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRITIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0 (três) pontos	ES	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quatro) pontos	E4	2,8
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0 (três) pontos	ES	3,0
máximo de 10 pontos		Totalização do critério	8,8	

Relatório de razões que fundamentam as notas:

Neste item, a licitante apresenta relatos de casos reais em que foi responsável pelo planejamento e pela execução de soluções destinadas a enfrentar desafios concretos de comunicação. A avaliação considera a capacidade da agência de elaborar diagnósticos consistentes, definir objetivos claros, propor estratégias adequadas e demonstrar resultados alcançados. Também são observadas a coerência entre problema, solução e resultados, a clareza da exposição e a organização lógica da narrativa, elementos fundamentais para aferir a maturidade do planejamento publicitário apresentado.

O subitem A examina se os relatos apresentados pela licitante demonstram evidências consistentes de planejamento publicitário, a partir da identificação dos cenários enfrentados, da leitura dos problemas de comunicação e da definição de objetivos compatíveis com cada contexto. Avalia-se, neste ponto, a qualidade do diagnóstico construído e a clareza do raciocínio que orienta as decisões estratégicas adotadas nos casos relatados. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que o volume identificado contempla o número máximo de relatos permitido pelo instrumento convocatório, apresentando dois casos distintos e adequadamente contextualizados. O primeiro refere-se a uma campanha de prestação de contas e celebração dos 136 anos do município de Palmeiras dos Índios, que aborda diferentes programas executados pela gestão municipal, enquanto o segundo trata de campanha desenvolvida para o Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Alagoas, voltada à sensibilização sobre a importância de inspeções prediais e manutenção preventiva. Em ambos os relatos, a agência demonstra capacidade de leitura da realidade institucional dos anunciantes, identificando elementos centrais dos contextos enfrentados e organizando essas informações de forma coerente para a construção dos desafios de comunicação apresentados. Os diagnósticos evidenciam compreensão dos cenários analisados e sustentam, com clareza, as estratégias descritas, caracterizando atendimento integral aos requisitos previstos para este subitem.

O subitem B avalia a consistência das relações estabelecidas entre os problemas de comunicação identificados, as soluções propostas e os resultados apresentados nos casos relatados. Observa-se se as estratégias descritas respondem de forma direta aos desafios diagnósticos, bem como se os resultados demonstrados são pertinentes, mensuráveis e compatíveis com os esforços de comunicação empreendidos.

Good work

A proposta da licitante é avaliada como **satisfatoriamente abordada**. No caso referente à campanha desenvolvida para o município de Palmeiras dos Índios, voltada à divulgação das ações da gestão e à valorização simbólica do aniversário de emancipação, observa-se apresentação objetiva de resultados, com crescimento de 22% no número de seguidores dos perfis institucionais durante o período da campanha e alcance expressivo das peças, que totalizaram cerca de seis milhões de visualizações, evidenciando relação clara entre a estratégia adotada e os efeitos obtidos. Em contrapartida, no relato desenvolvido para o Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Alagoas, a estratégia de sensibilização sobre inspeções prediais é descrita de forma coerente do ponto de vista conceitual, porém os resultados apresentados permanecem em nível genérico, sem a indicação de dados quantitativos, percentuais ou fontes que permitam aferir com maior precisão o impacto das ações realizadas.

O subitem C analisa a organização dos relatos apresentados, considerando a clareza da exposição, a ordenação lógica das informações e a coerência narrativa dos casos descritos. Neste subitem, observa-se se a licitante apresenta os dados de forma estruturada e objetiva, facilitando a compreensão das etapas do planejamento, das escolhas realizadas e dos desdobramentos das ações de comunicação. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Verifica-se que ambos os relatos apresentam encadeamento lógico e fluidez textual adequados, iniciando-se pela contextualização dos cenários enfrentados e evoluindo de maneira coerente até a apresentação dos resultados decorrentes das estratégias adotadas. Os aspectos formais exigidos pelo edital são plenamente atendidos, inclusive no que se refere às autorizações de produção e veiculação das peças dentro do período estabelecido, assegurando a regularidade dos materiais apresentados. As peças anexadas funcionam como suporte ilustrativo pertinente aos relatos, ampliando a compreensão dos casos e reforçando a leitura do percurso estratégico e criativo descrito.

Spaulhaus

PLANO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AVALIADOR:02	<i>Amadeu José Reis</i>	AGÊNCIA
PONTUAÇÃO:	32,6 (TRINTA E DOIS PONTOS E SEIS DÍGIMOS)	AGÊNCIA LABOX

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada questão é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada questão, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editoriais, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.
Para aferir insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.
Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.
Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.
Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRITIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceio.	4,0 (quatro) pontos	E4	2,8
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, prestação no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceio na escolha de soluções alternativas.	6,0 (seis) pontos	F5	6,0
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceio, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0 (cinco) pontos	F5	5,0
máximo de 15 pontos		Totalização do critério		
		13,8		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

A capacidade de atendimento é composta por três subitens e corresponde a um conjunto descritivo que analisa a capacidade global apresentada pela licitante para o atendimento da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceio. Abrange a dinâmica de prestação dos serviços, a execução das campanhas publicitárias, os fluxos operacionais adotados, a gestão das equipes designadas, bem como outras questões de natureza operacional e gerencial relacionadas ao pessoal alocado para o atendimento da conta.

No primeiro subitem desta etapa, são avaliados os aspectos relacionados aos recursos materiais, à infraestrutura e ao corpo funcional disponibilizados pela candidata nos diversos setores, com vistas ao atendimento das demandas de comunicação da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceio. Nesse contexto, observa-se que a candidata apresentou o número máximo de clientes relevantes permitido pelo edital, totalizando oito, todos de clientes públicos, dentre os quais se destaca o Governo de Alagoas e várias prefeituras. Também se observa que a equipe disponibilizada pela licitante é composta por vinte e três integrantes (22 técnicos e 1 administrativo), detentores de ampla experiência profissional, conforme demonstrado nos minicurriculos apresentados, os quais evidenciam formação acadêmica compatível e trajetória profissional adequada. As principais áreas da agência, nos termos previstos no edital, encontram-se devidamente contempladas, com pelo menos um profissional graduado em comunicação, design, marketing ou áreas correlatas integrando a equipe. Todavia, no que diz respeito aos recursos materiais, verifica-se que não houve pleno atendimento às exigências editalícias. Embora a candidata disponha de instalações físicas compatíveis, não restou demonstrado o atendimento integral aos requisitos tecnológicos, uma vez que não há indicação expressa dos softwares criativos utilizados. Dessa forma, a adequação da estrutura às necessidades operacionais e estratégicas da prestação dos serviços depende de inferência, o que fragiliza a avaliação desse aspecto. Por fim, verifica-se que a concorrente disponibiliza, sem ônus adicional, pesquisas básicas e avançadas compatíveis com as demandas de comunicação do município.

VIA IDENTIFICADA

tais como Easy Media, Mídia dados Brasil, IVC, *Instar Analytics*, TGI Latina e o *Instar Planning*, além de ferramentas de checagem e auditoria de mídia, o que contribui para maior controle, transparência e qualidade no atendimento prestado ao município de Maceió. Em razão do atendimento dos principais aspectos do quesito **este subitem alcança a escala quatro (satisfatoriamente abordado), correspondente à 70% do esperado para o subitem.**

No segundo subitem desta etapa, são analisados os aspectos relacionados à sistemática de atendimento à Prefeitura Municipal de Maceió, abrangendo, entre outros, a operacionalidade, a presteza, o cumprimento de obrigações e a observância de prazos. Nesse cenário, constata-se que a candidata descreve sua sistemática de atendimento de maneira clara e objetiva, estabelecendo prazos adequados e compatíveis com a prática de mercado, a saber: a partir de seis horas para alterações em peças, até quatro dias para elaboração de plano de mídia e de três a cinco dias para a entrega de campanhas publicitárias. No que concerne à operacionalidade, verifica-se que a concorrente organiza e gerencia seu fluxo de trabalho por meio de dois softwares Operand e Publil, o que contribui para maior controle e eficiência dos processos internos. Destaca-se, ainda, a expertise da licitante no atendimento ao setor público, especialmente no que se refere à segurança da informação, uma vez que demonstra adoção de normas internas de sigilo, procedimentos de armazenamento de dados e sistemas de backup. Ademais a candidata mantém sede em Maceió, circunstância que assegura proximidade geográfica e plena capacidade de resposta às demandas do município. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No terceiro e último subitem desta etapa, são avaliados os aspectos relacionados à capacidade técnica, às políticas identitárias e à dedicação da equipe destinada ao acompanhamento da conta da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, verifica-se que a candidata disponibiliza seis profissionais atuando de forma exclusiva no atendimento da conta, além de outros 12 profissionais dedicados à conta, o que evidencia estrutura adequada e capacidade técnica compatível com as demandas do contrato. Observa-se, ainda, que as políticas de promoção da igualdade apresentadas na proposta não se limitam a enunciados genéricos. Consta que o setor de recursos humanos mantém políticas institucionais voltadas à equidade social e à promoção da igualdade de gênero, evidenciando efetividade na proteção das pautas das minorias e no enfrentamento de questões sociais relevantes. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

VIA IDENTIFICADA

6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRITIVO		Totalização do critério		10,0
	máximo de 10 pontos		ES	pontos	
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0	4,0
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0 (dois) pontos	ES	2,0	2,0
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0	4,0
					10,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é composto por três subitens e reúne peças de caráter demonstrativo, apresentadas com o objetivo de comprovar a qualidade do trabalho realizado pela candidata na concepção e elaboração de campanhas publicitárias com resultados relevantes, veiculadas em distintos meios e formatos. Os materiais apresentados devem ser atuais e conter a indicação do período de veiculação e do alcance territorial de atuação, de modo a permitir adequada avaliação.

No primeiro subitem desta etapa, são examinados os aspectos artísticos e técnicos do atendimento prestado pela licitante a contas de clientes anteriores, bem como a compatibilidade das soluções apresentadas com as demandas de comunicação da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse sentido, constata-se que a concorrente apresentou o quantitativo máximo de peças permitido, totalizando nove materiais, todos adequadamente concebidos e executados, sendo três vídeos destinados à veiculação em televisão, cinema ou meios digitais, três peças de áudio e três peças para mídia impressa e/ou OOH. Também se observa atualidade em todas as peças, não havendo qualquer material anterior a janeiro de 2020 entre os exemplos. Ademais, observa-se que os trabalhos foram integralmente desenvolvidos para entes públicos. Por fim, a licitante respeita a vedação editalícia e se abstém apresentar trabalhos que façam referência à Prefeitura de Maceió. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No segundo subitem desta etapa, se avalia nos casos apresentados e nas peças exibidas, questões relativas à qualidade da execução, ao nível de acabamento e à clareza das informações fornecidas, tanto nos materiais publicitários quanto nas sínteses que contextualizam os respectivos casos. Nesse contexto, constata-se que a licitante apresenta relatos objetivos contendo dados essenciais para a compreensão do cenário das campanhas e de sua vinculação às estratégias adotadas para cada cliente, incluindo informações relativas aos veículos empregados. Verifica-se, igualmente, a apresentação das fichas técnicas das peças, com a indicação das praças, dos períodos de veiculação e de breve contextualização dos casos, tudo exposto de forma clara e em estrita observância às exigências editalícias. Ademais, a licitante explicita o alcance das campanhas, elemento fundamental para a adequada análise dos casos apresentados. Em razão do

atendimento integral dos aspectos do quesito este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.

No terceiro e último subitem desta etapa, são avaliadas a exequibilidade das soluções apresentadas, bem como a diversidade e a adequação do repertório às necessidades da publicidade da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Macaí. Nesse contexto, constata-se elevado grau de aderência, uma vez que a licitante apresentou repertório composto integralmente por peças desenvolvidas para o setor público, o que revela plena capacidade de atendimento às demandas do município. As peças apresentadas demonstram variedade de ações e comprovam a viabilidade das soluções propostas pela concorrente em campanhas de seus clientes, destacando-se o vídeo de prestação de contas produzido para a Prefeitura de Recife. Ressalta-se, ainda, que as peças de áudio exibem qualidade técnica e criativa, não se caracterizando como simples reproduções de conteúdos audiovisuais. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.

VIA IDENTIFICADA

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRITIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0 (três) pontos	E5	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quatro) pontos	E4	2,8
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0 (três) pontos	E5	3,0
máximo de 10 pontos		Totalização do critério		
		8,8		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

Relato de soluções de problemas de comunicação é composto por três subitens e tem por finalidade avaliar soluções assertivas para desafios de comunicação articuladas pela concorrente, evidenciando, de forma clara, a atuação integrada das diferentes áreas da agência na construção de resultados efetivos e sustentáveis ao longo do tempo.

No primeiro subitem desta etapa, são analisadas as competências das licitantes no planejamento de campanhas, a partir da apresentação de casos concretos. Nesse contexto, verifica-se que a concorrente apresentou o quantitativo máximo de materiais admitido para fins de comprovação da capacidade de planejamento, totalizando dois casos: a campanha comemorativa dos 136 anos do Município de Palmeira dos Índios, aliada à ação de prestação de contas desenvolvida para a respectiva prefeitura, que visava divulgar as ações da prefeitura, num tom de celebração e orgulho pelo aniversário de emancipação do município bem como a campanha de sensibilização voltada à realização de inspeções prediais e à manutenção preventiva, elaborada para o Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Alagoas. Nas duas hipóteses se constata a apresentação de síntese dos desafios de comunicação enfrentados por cada cliente, acompanhada da descrição das soluções concebidas pela licitante, bem como das ações desenvolvidas para o enfrentamento e superação desses desafios. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No segundo subitem desta etapa, é analisada a capacidade da candidata de alcançar resultados efetivos, a partir do êxito obtido com as estratégias e táticas adotadas em campanhas anteriormente executadas. Nesse contexto, verifica-se a apresentação de síntese dos desafios de comunicação enfrentados por cada cliente, das soluções propostas pela licitante e, ao final, dos resultados efetivamente alcançados. Nesse ponto, foi possível identificar a correlação entre as estratégias adotadas e os resultados obtidos apenas em um dos casos apresentados, qual seja, a campanha desenvolvida para o Município de Palmeira dos Índios. Durante o período de veiculação, os perfis institucionais da Prefeitura registraram incremento de 22% no número de seguidores, além de aproximadamente seis milhões de visualizações das peças divulgadas. Em relação à campanha de sensibilização elaborada para o Conselho Regional de Engenharia e

VIA IDENTIFICADA

3

Agronomia de Alagoas, não foram apresentadas evidências objetivas capazes de comprovar o êxito das ações propostas, havendo apenas menção genérica a aumento na contratação de serviços de inspeção predial, sem o detalhamento de indicadores mensuráveis ou a indicação das fontes que sustentariam tal resultado. Em razão do atendimento dos principais aspectos do quesito **este subitem alcança a escala quatro (satisfatoriamente abordado), correspondente à 70% do esperado para o subitem.**

No terceiro e último subitem desta etapa é avaliado a importância dos resultados exibidos posteriormente às ações de comunicação recomendadas pela concorrência. Sob essa perspectiva, constata-se que os dois casos apresentados se encontram devidamente estruturados, com narrativa que contextualiza o cenário inicial enfrentado e evolui até a apresentação dos resultados alcançados a partir das táticas definidas pela agência. Também se observa que os requisitos formais exigidos foram plenamente observados, bem como que os relatos apresentados contam com as devidas autorizações para produção e veiculação, respeitando o período estabelecido no edital. As peças exibidas permitem plena compreensão dos casos, potencializando a leitura crítica e evidenciando a qualidade técnica do trabalho desenvolvido pela licitante. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3	
AGENCIADOR:03	AGUÍLES LOPES DE OLIVEIRA
PONTUAÇÃO:	32,6 (TRINTA E DOIS PONTOS E SEIS DÉCIMOS)
AGÊNCIA	AGÊNCIA LABOX

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada questão é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada questão, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.

Para aferir insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.

Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.

Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.

Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesito em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

[Handwritten signature]

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	4,0 (quatro) pontos	E4	2,8
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, prestação no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	6,0 (seis) pontos	E5	6,0
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0 (cinco) pontos	E5	5,0
máximo de 15 pontos		Totalização do critério		13,8

Relatório de razões que fundamentam as notas:

As especificidades das diversas áreas de atuação técnica das empresas candidatas são analisadas no caderno capacidade de atendimento. Ante esta definição observa-se a desenvoltura no atendimento e nas perspectivas do serviço e realização de campanhas publicitárias. Também são avaliados os serviços prestados diretamente em comunicação: a execução de um fluxo claro de trabalho, os recursos humanos com suas políticas identitárias e demais questões de cunho operacional e gerencial.

O primeiro subcritério trata das dimensões estruturais da empresa, elementos qualitativos e quantitativos de sua equipe. O texto do caderno se inicia com a necessária listagem contendo os principais clientes em atividade na agência. O quantitativo não excede ao máximo permitido em edital – oito ao todo – tanto apenas clientes públicos de bom nível atendidos pela candidatura, o que inclui diversas prefeituras e o Governo de Alagoas, aspecto considerado positivo. Aqui, a concorrência disponibiliza 22 profissionais técnicos e 1 administrativo para atender a SECOP da Prefeitura de Maceió, incluindo currículos resumidos com formação e experiência - informações elementares para a análise de pessoal. Além disso, todas as áreas fundamentais de uma agência, em particular as listadas no edital, estão representadas na listagem funcional presente em seu conjunto com ao menos um funcional graduação em comunicação, design, marketing ou áreas afins. A infraestrutura de equipamentos está bem adaptada à realidade contemporânea das equipes de criação, mas a concorrência não aborda quais os *softwares* criativos utilizados, no que é possível apenas inferir sua adequação. Por fim, a licitante apresenta pesquisas básicas do Easy Media, Mídia dados Brasil e IVC. Como instrumentos de informações avançadas temos o *Instar Analytics*, o TGI Latina e o *Instar Planning*. Mesmo sem abordar a disponibilidade de informativos da área, o conjunto informativo é positivo para o atendimento do contrato. A concorrência afirma contratar empresas de *checking* de mídia, serviço importante e desejáveis colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió, o que garante melhor

atendimento. Ante a lapso menores, é possível conceder a esta licitante escala satisfatória neste subcritério (E4).

O segundo subcritério trata do fluxo de atendimento, sua sistemática, além das demais normas comentadas em edital. Neste caso, a candidata apresenta gráfico de operacionalidade e descrição do fluxo de trabalho dimensionando o relacionamento entre a empresa e seu cliente. Os prazos são compatíveis com as expectativas do contrato e médias do mercado: de (3 a 5) dias para criação de campanhas, a partir de (6 horas) para alteração de peças e até (4) dias para plano de mídia. A candidata gerencia as atividades internas a partir de dois *softwares* específicos, o *Operand* e *Publi*, questão considerada positiva. A expertise diferenciada para o setor público é contemplada no volume da concorrência, o que inclui a abordagem da responsabilidade com o trato da segurança de informação, alicercado nas melhores políticas de armazenamento, sigilo e cópias de segurança (backup). A candidata possui uma equipe em Maceió, onde sua sede contém estrutura para o trato da conta, questão fundamental para o melhor relacionamento com o cliente. Sendo assim, é possível conceder escala máxima permitida ao subcritério (E5).

Já o último subcritério analisa a existência de uma equipe dedicada ao cliente e a qualificação técnica deste conjunto de profissionais, bem como políticas identitárias. Neste aspecto, a licitante determina que 06 profissionais estarão dedicados exclusivamente à SESCOM, incluindo profissionais de atendimento, mídia e criação, indispensáveis à operação da conta. Além disso, mais 12 profissionais terão dedicação permanente junto ao cliente, mas de forma não exclusiva, garantindo excelência no trato da conta. Nas políticas identitárias, os recursos humanos tratam detalhadamente de políticas de equidade social e perspectiva de gênero, demonstrando preocupação com pautas minoritárias e questões sociais importantes nas melhores empresas de comunicação. Sendo assim, é possível conceder escala máxima permitida ao subcritério, ante a excelência do trabalho produzido (E5).

VIA IDENTIFICADA

6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
		4,0	(quatro) pontos	
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	2,0	(dois) pontos	
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	4,0	(quatro) pontos	
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0	(quatro) pontos	
máximo de 10 pontos		Totalização do critério		
		10,0		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é um conjunto de peças-exemplo que caracterizam a qualidade do trabalho da candidata no desenvolvimento criativo de campanhas com resultados de destaque em diversos suportes. É esperado que os trabalhos apresentem, preferencialmente, data ou período de veiculação e indicação de sua atuação geográfica. A contemporaneidade destes trabalhos também é observada pelos avaliadores.

No primeiro subcritério temos como foco duas questões: a capacidade técnica percebida pela riqueza criativa e o potencial artístico observado na composição textual e imagética das mensagens. Aqui, a licitante apresenta o número máximo permitido pelas diretrizes do edital (9 peças) ao todo. Os limites por categoria são obedecidos: são (03) para filmes em televisão, cinema ou meios digitais; (03) para peças realizadas exclusivamente em áudio e (03) gráficos de mídia impressa e/ou OOH para seus clientes. No volume da concorrência vemos que todos os exemplos apresentados, estão relacionados ao poder público diretamente, aspecto muito positivo. É importante destacar que nenhum trabalho faz referência à Prefeitura de Maceió, aspecto vedado na construção do repertório. Todas as peças são recentes: nenhuma delas foi veiculada anteriormente a 01 de janeiro de 2020. Sendo as peças representantes do seu trabalho dotadas de boa concepção e pertinência criativa, o conjunto atende às necessidades estruturais e técnicas do edital, no que é possível conceder à candidata escala máxima, com todos os elementos do subcritério atendidos (E5).

O segundo subcritério aborda as informações presentes na apresentação de seu repertório, sua clareza nas informações prestadas, descrição do caso e a existência dos elementos obrigatórios de identificação das campanhas. Cada trabalho apresentado no conjunto do repertório contém data ou período de veiculação, pequeno resumo do caso em que estão inseridos e peças em que foram exibidos, aspectos positivos nesta instância. Os resumos apresentam dados relevantes para o entendimento do contexto da campanha e da sua inserção nas estratégias desenvolvidas para os clientes, incluindo questões relativas aos veículos. Ao determinar as peças, a candidata destaca a abrangência da campanha, aspecto essencial para entendimento dos casos. Desta forma, atendendo a todos os pontos da instância avaliativa, a candidata obtém escala máxima no item em questão (E5).



5

VIA IDENTIFICADA

Finalmente, no terceiro subcritério, analisamos questões como a aderência dos exemplos do repertório em relação aos desafios da SFCOM da Prefeitura de Macaio, bem como sua exequibilidade. A aderência é observada com a presença da totalidade de suas peças relacionadas ao poder público (diversas prefeituras e órgãos estaduais) – o que demonstra consonância com os desafios de comunicação da conta disputada. Entre as peças apresentadas, os filmes para a Prefeitura do Recife se destacam pela grande pertinência, mesmo com as limitações criativas do formato de prestação de contas. As peças produzidas especialmente para áudio se revelam de qualidade, não sendo meras replicações de meios audiovisuais. Sendo plenamente aderente às necessidades da SFCOM da capital alagoana, vemos que a adequação das praças aos clientes é evidente e completa o trabalho de qualidade da candidata. Desta forma, atendendo ao esperado para o subcritério, é possível conceder escala máxima ao item em questão (E5).

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRIÇÃO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0 (três) pontos	E5	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quatro) pontos	E4	2,8
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0 (três) pontos	E5	3,0
máximo de 10 pontos		Totalização do critério		8,8

Relatório de razões que fundamentam as notas:

A análise dos relatos de soluções de comunicação busca avaliar soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas pela concorrente, atestando de forma clara o trabalho integrado entre as áreas da agência para produzir resultados efetivos e duradouros.

O primeiro subcritério observa a capacidade de diagnóstico das candidatas nos relatos apresentados, bem como a capacidade de síntese no texto produzido pelas concorrentes, evidenciando seu trabalho de planejamento. Aqui, vemos que o trabalho da concorrente se fundamenta em elementos de planejamento para desenvolver a descrição do caso e sua consequente observação diagnóstica. O caderno da licitante apresenta o número máximo de relatos permitidos – dois ao todo – atendendo às demais limitações do instrumento de convocação. O primeiro caso é referente a campanha de prestação de contas e 136 anos de Palmeiras dos Índios - abordando diversos programas realizados pelo executivo municipal. O segundo caso é do Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Alagoas, numa campanha de sensibilização para a realização de inspeção prediais e manutenção preventiva. Em ambos os casos a agência é capaz de observar a realidade do cliente para destacar aspectos capazes de compor o desafio de comunicação a ser resolvido. Uma vez que o conteúdo do subcritério é pertinente, é possível contemplar o trabalho da candidata com escala máxima neste primeiro momento (E5).

O segundo subcritério tem grande relevância por observar o êxito derivado das estratégias e táticas propostas pelas candidatas. Aqui, as relações de causa e efeito são avaliadas junto aos resultados obtidos por seus clientes. O primeiro caso trata da divulgação das ações desenvolvidas em Palmeiras dos Índios, aliada a uma narrativa de orgulho ante ao aniversário de sua emancipação. Aqui os resultados são claros: durante o mês da campanha os perfis da prefeitura tiveram incremento de 22% nos seguidores, além de um total de 6 milhões de visualizações nas peças. Contudo, o segundo caso não traz resultados claros da estratégia de sensibilização da sociedade: sem números, o relato se limita a comentar que houve aumento na contratação de serviços de inspeções predial, sem citar fontes ou percentuais. Mesmo assim, é possível conceder à candidata escala satisfatória neste segundo momento, ante aos resultados apresentados no primeiro caso (E4).

Por fim, o terceiro subcritério trata da lógica da exposição, incluindo sua ordenação narrativa e fluidez. Neste sentido, ambos os casos são descritos de forma adequada, iniciando com uma composição textual que privilegia o cenário encontrado e concluindo com resultados derivados dos prognósticos realizados pela agência. Observa-se que os aspectos formais no texto são atendidos e os relatos tiveram suas autorizações de produção e veiculação dentro do período exigido em edital. As peças anexas ao conjunto ilustram de forma adequada o caso apresentado pela licitante, ampliando a percepção do trabalho de qualidade da agência. Sendo assim, é possível contemplar o conjunto da candidata com nota máxima neste terceiro momento (E5).

VIA IDENTIFICADA



PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AVALIADOR:01	<i>Sociedade de R. e K. Ltda</i>	AGÊNCIA
PONTUAÇÃO:	31,7 (TRINTA E UM PONTOS E SETE DÉCIMOS)	AGÊNCIA LVA

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada questão é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada questão, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.

Para aferir insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.

Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.

Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.

Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

Sociedade de R. e K. Ltda

Spd nos

O subitem A examina se a licitante dispõe de estrutura material e humana compatível com as exigências operacionais da conta pública, considerando tanto os recursos físicos e tecnológicos disponíveis quanto a composição, qualificação e dimensionamento da equipe apresentada. Nesta análise, observa-se a capacidade da agência de sustentar, de forma contínua, a execução de campanhas institucionais de médio e grande porte, em consonância com as diretrizes estabelecidas no edital. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que o volume identificado apresenta relação de clientes em atividade dentro dos limites previstos no instrumento convocatório, composta exclusivamente por entes públicos de grande porte, o que evidencia experiência consistente e alinhada às demandas da comunicação institucional. O dimensionamento da equipe demonstra robustez, com a indicação de sessenta profissionais no quadro geral, dos quais dezesseis são destinados ao atendimento da SECOM, acompanhados de currículos resumidos que permitem identificar formação acadêmica e experiências compatíveis com as funções exercidas. Todas as áreas essenciais ao funcionamento de uma agência de propaganda estão contempladas, assegurando cobertura adequada das etapas de planejamento, criação, mídia, produção e atendimento. No que se refere à infraestrutura, a agência apresenta equipamentos e softwares criativos compatíveis com as práticas contemporâneas do mercado. Destaca-se, ainda, a amplitude do suporte informacional disponibilizado, com acesso a pesquisas básicas e instrumentos avançados de análise e planejamento, além de informativos setoriais colocados à disposição da equipe sem ônus adicional. A manutenção de contratos

Este item da proposta identificada tem a função de avaliar a estrutura real que a licitante coloca à disposição da Secretaria Municipal de Comunicação de Maceió. Nesta etapa, examinam-se os recursos técnicos, humanos e organizacionais que permitirão a execução da conta pública com segurança, eficiência e continuidade. Espera-se que a agência demonstre capacidade operacional compatível com o porte da Prefeitura de Maceió e com a complexidade das demandas de comunicação institucional.

Relatório de razões que fundamentam as notas:

ITEM		DESCRITIVO			MAXIMO	ESCALA	NOTA
		máximo de 15 pontos			Totalização do critério		
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	4,0	(quatro) pontos	E5	4,0		
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, presteza no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	6,0	(seis) pontos	E4	4,2		
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0	(cinco) pontos	E4	3,5		
					11,7		

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

regulares com empresas especializadas em checking e auditoria de mídia reforça a confiabilidade dos processos apresentados e amplia a segurança operacional oferecida à contratante. Diante desse conjunto de elementos, a estrutura apresentada atende integralmente às expectativas previstas para este subcritério.

O subitem B avalia a sistemática de atendimento proposta pela licitante, com foco na organização dos fluxos internos, na clareza dos processos de trabalho e na adoção de práticas que assegurem eficiência, segurança e previsibilidade na relação com a administração pública. São considerados, ainda, os mecanismos de controle, os prazos operacionais, as rotinas de acompanhamento e as medidas relacionadas à proteção e ao gerenciamento das informações institucionais. A proposta da licitante é avaliada como **satisfatoriamente abordada**. Observa-se que o volume identificado apresenta descrição detalhada da operação e do fluxo de trabalho, permitindo compreender de forma objetiva a dinâmica de relacionamento entre agência e cliente ao longo das etapas de criação, ajustes e planejamento de mídia. Os prazos definidos mostram-se compatíveis com as exigências contratuais e com as médias praticadas pelo mercado, contemplando tempos adequados para o desenvolvimento de campanhas, alterações de peças e elaboração de planos de mídia. A gestão das atividades internas é apoiada por softwares específicos, o que contribui para maior controle e organização dos processos. Destaca-se, ainda, a abordagem consistente das responsabilidades relacionadas à segurança da informação, com referência a políticas de armazenamento, sigilo e realização de cópias de segurança. Entretanto, a proposta não esclarece de forma suficiente como se dará o atendimento presencial e o relacionamento operacional em Macéio, considerando que a estrutura informada pela licitante se concentra em outros estados. Essa lacuna, embora não comprometa o conjunto da sistemática apresentada, limita a previsibilidade do modelo de atendimento local, justificando a atribuição de pontuação satisfatória para este subcritério.

O subitem C analisa a estrutura de alocação de profissionais destinada ao atendimento da conta da Secretaria Municipal de Comunicação, observando-se o grau de dedicação da equipe indicada, sua adequação técnica e a coerência do modelo proposto frente ao volume e à complexidade das demandas previstas, bem como aspectos relacionados à gestão de pessoas. A proposta da licitante é avaliada como **satisfatoriamente abordada**. Verifica-se que a agência apresenta um arranjo de equipe funcional, com a designação de quatro profissionais em regime de dedicação exclusiva à SECOM, contemplando funções essenciais como atendimento, mídia e criação, o que assegura a presença mínima necessária para a operação da conta. Soma-se a esse núcleo a disponibilidade de outros dez profissionais com dedicação permanente, ainda que não exclusiva, ampliando a capacidade de suporte técnico e conferindo maior flexibilidade ao atendimento. Entretanto, no que se refere às políticas institucionais de gestão de pessoas, o volume apresentado não contempla ações afirmativas ou diretrizes voltadas a temas de diversidade, equidade e ética, gênero ou questões sociais, concentrando-se prioritariamente em metodologias de gestão e reconhecimento técnico. Essa ausência limita a aderência do modelo apresentado às boas práticas contemporâneas de responsabilidade social no ambiente organizacional, justificando a atribuição de pontuação satisfatória para este subcritério.

Solange

6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
máximo de 10 pontos				
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0 (dois) pontos	ES	2,0
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
Totalização do critério				10,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é composto pelo conjunto de peças reais apresentadas pela licitante para demonstrar sua competência técnica e sua experiência em campanhas publicitárias já executadas. Nesta etapa, a avaliação considera a qualidade estética e técnica dos materiais, a pertinência criativa das soluções propostas, a clareza das informações apresentadas e a aderência dos trabalhos ao contexto da comunicação pública. Também se observa a capacidade da agência de atuar em campanhas institucionais, educativas e de interesse coletivo, bem como a viabilidade das soluções frente às verbas envolvidas.

O subitem A examina a qualidade técnica e conceitual do conjunto de peças apresentado pela licitante, considerando aspectos como concepção criativa, redação, direção de arte, acabamento e adequação das soluções aos objetivos dos anunciantes. Nesta análise, observa-se se os materiais demonstram domínio dos fundamentos da comunicação publicitária e maturidade criativa compatível com campanhas institucionais e de interesse público. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Verifica-se que o repertório apresentado contempla o número máximo de peças permitido pelo edital, totalizando nove trabalhos, com distribuição integralmente compatível com as exigências estabelecidas, sendo três filmes destinados à televisão, cinema ou meios digitais, três peças desenvolvidas exclusivamente em áudio e três materiais gráficos voltados à mídia impressa e ou OOH. Observa-se que a totalidade dos exemplos apresentados está vinculada ao poder público, aspecto que reforça de forma significativa a aderência do repertório ao contexto da comunicação institucional. Destaca-se, ainda, o atendimento às vedações editalícias, uma vez que nenhuma das peças faz referência à Prefeitura de Maceió, bem como o cumprimento do critério de recenticidade, não havendo veiculação anterior a primeiro de janeiro de dois mil e vinte. Do ponto de vista criativo, o conjunto revela soluções bem resolvidas sob os aspectos conceitual e estético, com pertinência criativa e adequação técnica compatíveis com as exigências previstas para este subcritério, sustentando a atribuição da pontuação máxima.

Good Job

O subitem B avalia a clareza e a organização das informações fornecidas pela licitante na apresentação de seu repertório, incluindo fichas técnicas, contextualização dos casos e explicação dos desafios enfrentados em cada trabalho. Considera-se, aqui, a capacidade da agência de expor seus projetos de forma objetiva e compreensível, permitindo a correta leitura do papel desempenhado pelas peças nos contextos em que foram veiculadas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que todos os trabalhos apresentados reúnem as informações essenciais exigidas para a correta compreensão dos casos, contemplando datas ou períodos de veiculação, identificação das praças e resumos explicativos que situam cada campanha em seu respectivo contexto. Esses resumos apresentam dados relevantes para o entendimento do cenário em que as ações foram desenvolvidas e de sua inserção nas estratégias adotadas, incluindo informações relativas aos veículos utilizados. Destaca-se, ainda, a indicação da abrangência das campanhas, aspecto que contribui para uma leitura mais precisa do alcance das ações e da dimensão dos projetos apresentados. Diante da organização das informações e do atendimento integral aos requisitos previstos para este subcritério, o repertório demonstra clareza expositiva e consistência informativa compatíveis com a atribuição da pontuação máxima.

O subitem C analisa a viabilidade das soluções criativas apresentadas, a diversidade dos casos incluídos no repertório e sua aderência às especificidades da comunicação pública. Observa-se os trabalhos demonstram boa relação entre proposta criativa e condições de execução, bem como se evidenciam experiência da licitante no atendimento a órgãos públicos e em campanhas institucionais de diferentes naturezas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que a totalidade das peças selecionadas está vinculada a anunciantes do poder público, incluindo trabalhos desenvolvidos para o Governo do Paraná, a Prefeitura de São Paulo e outros órgãos da administração direta e indireta, o que evidencia alinhamento consistente com o universo da comunicação institucional e com o tipo de demanda associado à conta em disputa. Entre os exemplos apresentados, destaca-se o filme para televisão produzido para o Governo do Paraná, cuja qualidade técnica e nível de produção contribuem para a apresentação clara e consistente das realizações do poder público. Do ponto de vista da execução, as soluções demonstram compatibilidade entre proposta criativa, meios utilizados e condições práticas de veiculação, com atenção especial às peças concebidas especificamente para áudio, que apresentam linguagem própria e não se configuram como simples transposições de conteúdos audiovisuais. A adequação das praças aos respectivos clientes reforça a leitura de exequibilidade e domínio dos processos de implementação, completando um conjunto coerente e tecnicamente consistente, que atende integralmente aos requisitos previstos para este subcritério.

Seal Seal

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
máximo de 10 pontos				
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0 (três) pontos	ES	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0 (três) pontos	ES	3,0
Totalização do critério				10,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

Neste item, a licitante apresenta relatos de casos reais em que foi responsável pelo planejamento e pela execução de soluções destinadas a enfrentar desafios concretos de comunicação. A avaliação considera a capacidade da agência de elaborar diagnósticos consistentes, definir objetivos claros, propor estratégias adequadas e demonstrar resultados alcançados. Também são observadas a coerência entre problema, solução e resultados, a clareza da exposição e a organização lógica da narrativa, elementos fundamentais para aferir a maturidade do planejamento publicitário apresentado.

O subitem A examina se os relatos apresentados pela licitante demonstram evidências consistentes de planejamento publicitário, a partir da identificação dos cenários enfrentados, da leitura dos problemas de comunicação e da definição de objetivos compatíveis com cada contexto. Avalia-se, neste ponto, a qualidade do diagnóstico construído e a clareza do raciocínio que orienta as decisões estratégicas adotadas nos casos relatados. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que o volume identificado contempla o número máximo de relatos permitido pelo instrumento convocatório, apresentando dois casos distintos e adequadamente contextualizados. O primeiro refere-se a uma campanha de prestação de contas desenvolvida para o Governo do Estado do Paraná no ano de 2025, enquanto o segundo trata do lançamento do programa habitacional Novo Casa Paulista, promovido pela CDHU do Estado de São Paulo. Em ambos os relatos, a agência demonstra capacidade de leitura da realidade institucional dos anunciantes, identificando elementos centrais dos contextos enfrentados e organizando essas informações de forma coerente para a construção dos desafios de comunicação apresentados. Os diagnósticos evidenciam compreensão dos cenários analisados e sustentam, com clareza, as estratégias descritas, caracterizando atendimento integral aos requisitos previstos para este subitem.

Sua vez

de contas do Governo do Estado do Paraná, observa-se a apresentação de resultados expressivos nas plataformas digitais, com volume elevado de visualizações e alcance significativo de público, evidenciando reconhecimento da população em relação às entregas comunicadas pela gestão estadual. Já no relato relacionado ao programa Novo Casa Paulista, desenvolvido pela CDHU do Estado de São Paulo, os resultados demonstram impacto direto sobre o interesse e a adesão do público, com crescimento superior a cem por cento nos acessos à página do programa e a formalização de milhares de novas inscrições no sistema de crédito habitacional. Em ambos os casos, os dados apresentados permitem estabelecer relação clara de causa e efeito entre as estratégias adotadas e os resultados obtidos, atendendo integralmente aos requisitos previstos para este subitem.

O subitem C analisa a organização dos relatos apresentados, considerando a clareza da exposição, a ordenação lógica das informações e a coerência narrativa dos casos descritos. Neste subitem, observa-se se a licitante apresenta os dados de forma estruturada e objetiva, facilitando a compreensão das etapas do planejamento, das escolhas realizadas e dos desdobramentos das ações de comunicação. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Verifica-se que ambos os relatos são apresentados com encadeamento lógico e fluidez textual adequados, iniciando-se pela contextualização dos cenários enfrentados e evoluindo de maneira coerente até a exposição dos resultados decorrentes das estratégias adotadas. Os aspectos formais exigidos pelo edital são plenamente atendidos, inclusive no que se refere às autorizações de produção e veiculação das peças dentro do período estabelecido, assegurando a regularidade dos materiais apresentados. As peças anexadas funcionam como suporte ilustrativo pertinente aos relatos, ampliando a compreensão dos casos e reforçando a leitura do percurso estratégico e criativo descrito. Diante desse conjunto de elementos, o subcritério atende integralmente às expectativas avaliativas previstas.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AGENCIADOR:02	<i>Agência de Comunicação</i>	AGÊNCIA
PONTUAÇÃO:	31,7 (TRINTA E UM PONTOS E SETE DÉCIMOS)	AGÊNCIA LVA

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada questão é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada questão, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editoriais, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.

Para aferir insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.

Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do questionário ou subquestionário em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.

Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o questionário ou subquestionário em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.

Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o questionário ou subquestionário em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

VIA IDENTIFICADA

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRITIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	4,0 (quatro) pontos	E5	4,0
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, prestação no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	6,0 (seis) pontos	E4	4,2
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0 (cinco) pontos	E4	3,5
máximo de 15 pontos		Totalização do critério		11,7

Relatório de razões que fundamentam as notas:

A capacidade de atendimento é composta por três subitens e corresponde a um conjunto descritivo que analisa a capacidade global apresentada pela licitante para o atendimento da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Abrange a dinâmica de prestação dos serviços, a execução das campanhas publicitárias, os fluxos operacionais adotados, a gestão das equipes designadas, bem como outras questões de natureza operacional e gerencial relacionadas ao pessoal alocado para o atendimento da conta.

No primeiro subitem desta etapa, são avaliados os aspectos relacionados aos recursos materiais, à infraestrutura e ao corpo funcional disponibilizados pela candidata nos diversos setores, com vistas ao atendimento das demandas de comunicação da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, verifica-se que a candidata apresentou cinco clientes relevantes, em número que não extrapola o limite máximo de oito previsto no edital, integralmente de entes públicos, dentre os quais se destacam as Governo do Paraná, CDHU-SP, Assembleia Legislativa do Paraná, Prefeitura de São Paulo e COPEL. Também se observa que a equipe disponibilizada pela licitante é composta por sessenta integrantes, os detentores de ampla experiência profissional, conforme demonstrado nos minicurrículos apresentados, os quais evidenciam formação acadêmica compatível e trajetória profissional adequada. As principais áreas da agência, nos termos previstos no edital, encontram-se devidamente contempladas, com pelo menos um profissional graduado em comunicação, design, marketing ou áreas correlatas integrando a equipe. No que se refere aos recursos materiais, constata-se o pleno atendimento às exigências edilícias, uma vez que a candidata dispõe de instalações físicas compatíveis e atende aos requisitos tecnológicos, contando com softwares criativos adequados às necessidades operacionais e estratégicas da prestação dos serviços. Por fim, verifica-se que a concorrente disponibiliza, sem ônus adicional, pesquisas básicas e avançadas compatíveis com as demandas de comunicação do município, tais como Easy Media, Jove, IVC, Instar

Analytics, Target Group Index e Plan View, além de ferramentas de checagem e auditoria de mídia, a exemplo do CONNETC CTMIX e do Spot Inteligência de Mídia, o que contribui para maior controle, transparência e qualidade no atendimento prestado ao município de Maceió. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No segundo subitem desta etapa, são analisados os aspectos relacionados à sistemática de atendimento à Prefeitura Municipal de Maceió, abrangendo, entre outros, a operacionalidade, a prestação, o cumprimento de obrigações e a observância de prazos. Nesse cenário, constata-se que a candidata descreve sua sistemática de atendimento de maneira clara e objetiva, estabelecendo prazos adequados e compatíveis com a prática de mercado, a saber: até 24 horas para alterações em peças, de um a três dias para elaboração de plano de mídia e de um a quatro dias para a entrega de campanhas publicitárias. No que concerne à operacionalidade, verifica-se que a concorrente organiza e gerencia seu fluxo de trabalho por meio do software Publیمانager, o que contribui para maior controle e eficiência dos processos internos. Destaca-se, ainda, a expertise da licitante no atendimento ao setor público, especialmente no que se refere à segurança da informação, uma vez que demonstra adoção de normas internas de sigilo, procedimentos de armazenamento de dados e sistemas de backup. Contudo a candidata mantém sua estrutura no eixo sudeste do país, circunstância que configura uma barreira geográfica e não há detalhamento acerca da dinâmica interestadual de contato com a prefeitura nem de constituição posterior de uma base operacional em Maceió, ponto que compromete a capacidade de resposta às demandas do município. Em razão do atendimento dos principais aspectos do quesito **este subitem alcança a escala quatro (satisfatoriamente abordado), correspondente à 70% do esperado para o subitem.**

No terceiro e último subitem desta etapa, são avaliados os aspectos relacionados à capacidade técnica, às políticas identitárias e à dedicação da equipe destinada ao acompanhamento da conta da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, verifica-se que a candidata disponibiliza quatro profissionais atuando de forma exclusiva no atendimento da conta, além de outros dez profissionais dedicados à conta, o que evidencia estrutura adequada e capacidade técnica compatível com as demandas do contrato. Contudo, não constam da proposta que as políticas de promoção da igualdade étnico-racial, de gênero ou voltadas ao respeito à orientação sexual. Também não há menção a iniciativas para proteção das pautas das minorias nem para enfrentamento de questões sociais relevantes. Em razão do atendimento dos principais aspectos do quesito **este subitem alcança a escala quatro (satisfatoriamente abordado), correspondente à 70% do esperado para o subitem.**

VIA IDENTIFICADA

6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
		4,0	FS	4,0
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos	FS	4,0
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0 (dois) pontos	FS	2,0
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0 (quatro) pontos	FS	4,0
				10,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é composto por três subitens e reúne peças de caráter demonstrativo, apresentadas com o objetivo de comprovar a qualidade do trabalho realizado pela candidata na concepção e elaboração de campanhas publicitárias com resultados relevantes, veiculadas em distintos meios e formatos. Os materiais apresentados devem ser atuais e conter a indicação do período de veiculação e do alcance territorial de atuação, de modo a permitir adequada avaliação.

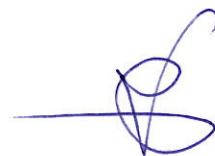
No primeiro subitem desta etapa, são examinados os aspectos artísticos e técnicos do atendimento prestado pela licitante a contas de clientes anteriores, bem como a compatibilidade das soluções apresentadas com as demandas de comunicação da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse sentido, constata-se que a concorrente apresentou o quantitativo máximo de peças permitido, totalizando nove materiais, todos adequadamente concebidos e executados, sendo três vídeos destinados à veiculação em televisão, cinema ou meios digitais, três peças de áudio e três peças para mídia impressa e/ou OOH. Também se observa atualidade em todas as peças, não havendo qualquer material anterior a janeiro de 2020 entre os exemplos. Ademais, observa-se que os trabalhos foram integralmente desenvolvidos para entes públicos. Por fim, a licitante respeita a vedação editalícia e se abstém apresentar trabalhos que façam referência à Prefeitura de Maceió. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente aborçado), correspondente à nota máxima.**

No segundo subitem desta etapa, se avalia, nos casos apresentados e nas peças exibidas, questões relativas à qualidade da execução, ao nível de acabamento e à clareza das informações fornecidas, tanto nos materiais publicitários quanto nas sínteses que contextualizam os respectivos casos. Nesse contexto, constata-se que a licitante apresenta relatos objetivos contendo dados essenciais para a compreensão do cenário das campanhas e de sua vinculação às estratégias adotadas para cada cliente, incluindo informações relativas aos veículos empregados. Verifica-se, igualmente, a apresentação das fichas técnicas das peças, com a indicação das praças, dos períodos de veiculação e de breve contextualização dos casos, tudo exposto de forma clara e em estrita observância às exigências editalícias. Ademais, a licitante explicita o alcance das



campanhas, elemento fundamental para a adequada análise dos casos apresentados. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No terceiro e último subitem desta etapa, são avaliadas a exequibilidade das soluções apresentadas, bem como a diversidade e a adequação do repertório às necessidades da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, constata-se elevado grau de aderência, uma vez que a licitante apresentou repertório composto integralmente por peças desenvolvidas para o setor público, o que revela plena capacidade de atendimento às demandas do município. As peças apresentadas demonstram variedade de ações e comprovam a viabilidade das soluções propostas pela concorrente em campanhas de seus clientes, destacando-se o vídeo produzido para o Governo do Paraná. Ressalta-se, ainda, que as peças de áudio exibem qualidade técnica e criativa, não se caracterizando como simples reproduções de conteúdos audiovisuais. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**



VIA IDENTIFICADA

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
máximo de 10 pontos				
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0 (três) pontos	ES	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0 (três) pontos	ES	3,0
Totalização do critério				10,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

Relato de soluções de problemas de comunicação é composto por três subitens e tem por finalidade avaliar soluções assertivas para desafios de comunicação articuladas pela concorrente, evidenciando, de forma clara, a atuação integrada das diferentes áreas da agência na construção de resultados efetivos e sustentáveis ao longo do tempo.

No primeiro subitem desta etapa, são analisadas as competências das licitantes no planejamento de campanhas, a partir da apresentação de casos concretos. Nesse contexto, verifica-se que a concorrente apresentou o quantitativo máximo de materiais admitido para fins de comprovação da capacidade de planejamento, totalizando dois casos: Campanha institucional de prestação de contas do Governo do Estado do Paraná, veiculada em 2025, e a campanha de lançamento do programa Novo Casa Paulista, desenvolvida para a Campanha de Desenvolvimento Habitacional e Urbano do Estado de São Paulo. Em ambos os casos, constata-se a apresentação de síntese dos desafios de comunicação enfrentados por cada cliente, acompanhada da descrição das soluções concebidas pela licitante, bem como das ações desenvolvidas para o enfrentamento e superação desses desafios. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No segundo subitem desta etapa, é analisada a capacidade da candidata de alcançar resultados efetivos, a partir do êxito obtido com as estratégias e táticas adotadas em campanhas anteriormente executadas. Nesse contexto, verifica-se a apresentação de síntese dos desafios de comunicação enfrentados por cada cliente, das soluções propostas pela licitante e, ao final, dos resultados efetivamente alcançados. Observa-se que as estratégias de campanha decorrem de análises criteriosas, refletindo-se em resultados expressivos após a execução das ações. A Campanha de prestação de contas para o Governo do Paraná, visava fortalecer a percepção positiva da sociedade acerca das entregas realizadas pela gestão estadual. Os resultados obtidos no ambiente digital foram relevantes, com mais de 37 milhões de exibições dos conteúdos e alcance superior a 9 milhões de usuários. Já no segundo caso, lançamento do programa Novo Casa Paulista, verificou-se desempenho igualmente significativo, com crescimento acima de 100% no número de acessos à página oficial do programa destinada a informações e cadastramento, além da



efetivação de mais de cinco mil novas inscrições no crédito habitacional após a veiculação da campanha. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No terceiro e último subitem desta etapa é avaliado a importância dos resultados exibidos posteriormente às ações de comunicação recomendadas pela concorrente. Sob essa perspectiva, constata-se que os dois casos apresentados se encontram devidamente estruturados, com narrativa que contextualiza o cenário inicial enfrentado e evolui até a apresentação dos resultados alcançados a partir das táticas definidas pela agência. Também se observa que os requisitos formais exigidos foram plenamente observados, bem como que os relatos apresentados contam com as devidas autorizações para produção e veiculação, respeitando o período estabelecido no edital. As peças exibidas permitem plena compreensão dos casos, potencializando a leitura crítica e evidenciando a qualidade técnica do trabalho desenvolvido pela licitante. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

VIA IDENTIFICADA

PLANO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AGENCIADOR:03	400145 LOTES DE OLIVEIRA	AGÊNCIA
PONTUAÇÃO:	31,7 (TRINTA E UM PONTOS E SETE DÉCIMOS)	AGÊNCIA LVA

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada questão é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada questão, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.

Para aferir insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.

Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns aspectos relevantes do quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.

Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.

Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

(Assinatura)

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRIPTIVO			MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.			4,0 (quatro) pontos	E5	4,0
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, presteza no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.			6,0 (seis) pontos	E4	4,2
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.			5,0 (cinco) pontos	E4	3,5
				Totalização do critério		11,7

Relatório de razões que fundamentam as notas:

As especificidades das diversas áreas de atuação técnica das empresas candidatas são analisadas no caderno capacidade de atendimento. Ante esta definição observa-se a desenvoltura no atendimento e nas perspectivas do serviço e realização de campanhas publicitárias. Também são avaliados os serviços prestados diretamente em comunicação: a execução de um fluxo claro de trabalho, os recursos humanos com suas políticas identitárias e demais questões de cunho operacional e gerencial.

O primeiro subcritério trata das dimensões estruturais da empresa, elementos qualitativos e quantitativos de sua equipe. O texto do caderno se inicia com a necessária listagem contendo os principais clientes em atividade na agência. O quantitativo não excede ao máximo permitido em edital – são cinco clientes apresentados, quando edital cita até 8, sendo eles todos públicos: Governo do Paraná, CDHU-SP, Assembleia Legislativa do Paraná, Prefeitura de São Paulo e COPEL, aspecto considerado positivo. Aqui, a concorrência disponibiliza 60 profissionais, dos quais 16 irão atender a SECOM da Prefeitura de Maceió, incluindo currículos resumidos com formação e experiência - informações elementares para a análise de pessoal. Além disso, todas as áreas fundamentais de uma agência, em particular as listadas no edital, estão representadas na listagem funcional presente em seu conjunto com ao menos um funcionário graduado em comunicação, design, marketing ou áreas afins. A infraestrutura de equipamentos está adaptada à realidade contemporânea das equipes de criação, com softwares criativos compatíveis com seu segmento de trabalho. A licitante apresenta pesquisas básicas do Easy Media, Jove e IVC. Como instrumentos de informações avançadas temos o Instar Analytics, o Target Group Index e Plan View, além de muitas informações na área disponíveis para a equipe sem ônus adicional. A concorrência mantém contratos com instrumentos de checking e auditoria de mídia, incluindo o Connectmix e o Spot Intelligence de Mídia, serviços importantes e desejáveis colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió, o que garante melhor atendimento



à contratante. Com um trabalho de excelência, é possível conceder a esta licitante escala máxima neste subcritério (E5).

O segundo subcritério trata do fluxo de atendimento, sua sistemática, além das demais normas comentadas em edital. Neste caso, a candidata apresenta um texto detalhado da operação com descrição do fluxo de trabalho dimensionando o relacionamento entre a empresa e seu cliente. Os prazos são compatíveis com as expectativas do contrato e médias do mercado: de (1 a 4) dias para criação de campanhas, (24 horas) para alteração de peças e até (1 a 3) dias para plano de mídia. A candidata gerencia as atividades internas a partir de um software específico, o *Publmanager* auxiliado pelo TRELLLO, questão considerada positiva. A expertise diferenciada para o setor público é contemplada no volume da concorrência, o que inclui a abordagem da responsabilidade com o trato da segurança de informação, alicergado nas melhores políticas de armazenamento, sigilo e cópias de segurança (backup). Contudo, a candidata não aborda como será o trato em Maceió caso vença a concorrência, uma vez que sua estrutura está concentrada em São Paulo e Paraná, aspecto que prejudica o melhor relacionamento com o cliente. Considerando esta questão menos relevante no conjunto da concorrência, é possível conceder escala satisfatória ao subcritério (E4).

Já o último subcritério analisa a existência de uma equipe dedicada ao cliente e a qualificação técnica deste conjunto de profissionais, bem como políticas identitárias. Neste aspecto, a licitante determina que 04 profissionais estarão dedicados exclusivamente à SECOM, incluindo profissionais de atendimento, mídia e criação, indispensáveis à operação da conta. Além disso, mais 10 profissionais terão dedicação permanente junto ao cliente, mas de forma não exclusiva, garantindo qualidade no trato da conta. Mesmo com ampla equipe de profissionais altamente capacitados, a concorrência não desenvolve em sua operação ações afirmativas ou quaisquer políticas identitárias: concentrando-se em premiações e metodologias ágeis de gestão, questões étnicas, de gênero ou sociais não estão presentes no volume da candidatura, o que demonstraria preocupação com pautas minoritárias e questões sociais importantes nas melhores empresas de comunicação. Sendo assim, é possível conceder escala satisfatória ao subcritério (E4).



6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
		4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças, quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0 (dois) pontos	ES	2,0
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
máximo de 10 pontos		Totalização do critério		10,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é um conjunto de peças-exemplo que caracterizam a qualidade do trabalho da candidata no desenvolvimento criativo de campanhas com resultados de destaque em diversos suportes. É esperado que os trabalhos apresentem, preferencialmente, data ou período de veiculação e indicação de sua atuação geográfica. A contemporaneidade destes trabalhos também é observada pelos avaliadores. A comissão observou a entrega das peças em único pendrive, aspecto considerado irrelevante, uma vez que esta via é identificada e a separação em diversos suportes não interfere na análise do conteúdo que continuou acessível para a subcomissão.

No primeiro subcritério temos como foco duas questões: a capacidade técnica percebida pela riqueza criativa e o potencial artístico observado na composição textual e imagética das mensagens. Aqui, a licitante apresenta o número máximo permitido pelas diretrizes do edital (9 peças) ao todo. Os limites por categoria são obedecidos: são (03) para filmes em televisão, cinema ou meios digitais; (03) para peças realizadas exclusivamente em áudio e (03) gráficos de mídia impressa e/ou OOH para seus clientes. No volume da concorrência vemos que, entre os exemplos apresentados, todos são relacionados ao poder público, aspecto muito positivo. É importante destacar que nenhum trabalho faz referência à Prefeitura de Maceió, aspecto vedado na construção do repertório. Todas as peças são recentes: nenhuma delas foi veiculada anteriormente 01 de janeiro de 2020. Sendo as peças representantes do seu trabalho dotadas de boa concepção e pertinência criativa, o conjunto atende às necessidades estruturais e técnicas do edital, no que é possível conceder à candidata escala máxima, com todos os elementos do subcritério atendidos (ES).

O segundo subcritério aborda as informações presentes na apresentação de seu repertório, sua clareza nas informações prestadas, descrição do caso e a existência dos elementos obrigatórios de identificação das campanhas. Cada trabalho apresentado no conjunto do repertório contém data ou período de veiculação, pequeno resumo do caso em que estão inseridos e praças em que foram exibidos, aspectos positivos nesta instância. Os resumos apresentam dados relevantes para o entendimento do contexto da campanha e da sua inserção nas estratégias desenvolvidas para os clientes, incluindo questões relativas aos veículos. Ao determinar as peças, a candidata destaca a abrangência da campanha, aspecto essencial para entendimento dos casos. Desta forma, atendendo a todos os pontos da instância avaliativa, a candidata obtém escala máxima no item em questão (E5).

Finalmente, no terceiro subcritério, analisamos questões como a aderência dos exemplos do repertório em relação aos desafios da SECOM da Prefeitura de Maceió, bem como sua exequibilidade. A aderência é observada com a presença da totalidade de suas peças relacionadas ao poder público (Governo do Parana, Prefeitura de São Paulo e diversos outros da administração direta e indireta) – o que demonstra consonância com os desafios de comunicação da conta disputada. Entre as peças apresentadas, o filme para televisão do Governo do Parana se destaca pela produção de excelente nível, demonstrando com qualidade as realizações do poder público. As peças produzidas especialmente para áudio se revelam de qualidade, não sendo meras replicações de meios audiovisuais. Sendo plenamente aderente às necessidades da SECOM da capital alagoana, vemos que a adequação das praças aos clientes é evidente e completa o trabalho de qualidade da candidata. Desta forma, atendendo ao esperado para o subcritério, é possível conceder escala máxima ao item em questão (E5).

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRITIVO			MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;			3,0 (três) pontos	ES	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;			4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados			3,0 (três) pontos	ES	3,0
máximo de 10 pontos				Totalização do critério		10,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

A análise dos relatos de soluções de comunicação busca avaliar soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas pela concorrente, atestando de forma clara o trabalho integrado entre as áreas da agência para produzir resultados efetivos e duradouros.

O primeiro subcritério observa a capacidade de diagnóstico das candidatas nos relatos apresentados, bem como a capacidade de síntese no texto produzido pelas concorrentes, evidenciando seu trabalho de planejamento. Aqui, vemos que o trabalho da concorrente se fundamenta em elementos de planejamento para desenvolver a descrição do caso e sua consequente observação diagnóstica. O caderno da licitante apresenta o número máximo de relatos permitidos – dois ao todo – atendendo às demais limitações do instrumento de convocação. O primeiro caso é uma campanha de prestação de contas a população do Governo do estado do Paraná em 2025. O segundo caso é o lançamento do programa Novo Casa Paulista pela CDHU do Estado de São Paulo. Em ambos os casos a agência é capaz de observar a realidade do cliente para destacar aspectos capazes de compor o desafio de comunicação a ser resolvido. Uma vez que o conteúdo do subcritério é pertinente, é possível contemplar o trabalho da candidata com escala máxima neste primeiro momento (E5).

O segundo subcritério tem grande relevância por observar o êxito derivado das estratégias e táticas propostas pelas candidatas. Aqui, as relações de causa e efeito são avaliadas junto aos resultados obtidos por seus clientes. O primeiro caso trata do reconhecimento da população aos resultados apresentados pelas entregas do governo estadual do Paraná. Com resultados expressivos nas plataformas digitais, a visualização das peças ultrapassou o total de 37 milhões, alcançando mais de 9 milhões de pessoas. O segundo caso também revela sucesso da concorrente: o Novo Casa Paulista obteve um aumento superior a 100% nos acessos na página do programa para cadastro e informações com mais de 5 mil novas inscrições finalizadas no programa de crédito. Desta forma, é possível conceder à candidata escala máxima neste segundo momento, por atender a todos os pontos do subcritério (E5).

Por fim, o terceiro subcritério trata da lógica da exposição, incluindo sua ordenação narrativa e fluidez. Neste sentido, ambos os casos são descritos de forma adequada, iniciando com uma composição textual que privilegia o cenário encontrado e concluindo com resultados derivados dos prognósticos realizados pela agência. Observa-se que os aspectos formais no texto são atendidos e os relatos tiveram suas autorizações de produção e veiculação dentro do período exigido em edital. As peças anexas ao conjunto ilustram de forma adequada o caso apresentado pela licitante, ampliando a percepção do trabalho de excelência da agência. Sendo assim, é possível contemplar o conjunto da candidata com nota máxima neste terceiro momento (E5).

VIA IDENTIFICADA



Seal Nova

VIA IDENTIFICADA

1

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.	
Para aferir insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.	
Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.	
Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.	
Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.	

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada quesito é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Escala de Avaliação

AVALIADOR:01	<i>Seal Nova</i>	AGÊNCIA
PONTUAÇÃO:	22,8 (VINTE E DOIS PONTOS E OITO DÉCIMOS)	AGÊNCIA NOVA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	4,0 (quatro) pontos	E2	0,8
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, prestação no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	6,0 (seis) pontos	E2	1,2
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0 (cinco) pontos	E3	2,0
máximo de 15 pontos		Totalização do critério		4,0

Relatório de razões que fundamentam as notas:

Este item da proposta identificada tem a função de avaliar a estrutura real que a licitante coloca à disposição da Secretaria Municipal de Comunicação de Maceió. Nesta etapa, examinam-se os recursos técnicos, humanos e organizacionais que permitirão a execução da conta pública com segurança, eficiência e continuidade. Espera-se que a agência demonstre capacidade operacional compatível com o porte da Prefeitura de Maceió e com a complexidade das demandas de comunicação institucional.

O subitem A examina se a licitante dispõe de estrutura material e humana compatível com as exigências operacionais da conta pública, considerando tanto os recursos físicos e tecnológicos disponíveis quanto a composição, qualificação e dimensionamento da equipe apresentada. Nesta análise, observa-se a capacidade da agência de sustentar, de forma contínua, a execução de campanhas institucionais de médio e grande porte, em consonância com as diretrizes estabelecidas no edital. No que se refere à estrutura física, tecnológica e à qualificação da equipe apresentada, a proposta da licitante é avaliada como **insuficientemente abordada**. Observa-se que o volume identificado se inicia com a relação de clientes em atividade, respeitando o limite quantitativo previsto em edital e incluindo administrações públicas municipais, o que indica alguma experiência prévia no atendimento ao setor público. Entretanto, ao examinar o dimensionamento da equipe destinada à SECOM, verifica-se um conjunto restrito de profissionais, composto por nove integrantes, cujos currículos resumidos permitem identificar formação e experiências básicas, mas revelam limitações frente à complexidade e ao porte da conta institucional da Prefeitura de Maceió. Embora todas as áreas essenciais de uma agência de propaganda estejam formalmente contempladas, essa composição enxuta compromete a robustez operacional esperada para a execução continuada das demandas. Do ponto de vista da infraestrutura, a agência apresenta adequação mínima às rotinas contemporâneas de trabalho, com equipamentos e softwares compatíveis com seu segmento de atuação. Contudo, essa adequação não se estende ao suporte informacional estratégico, uma vez que não há indicação de pesquisas registradas pelo CENP ou equivalentes, nem referência a informativos

VIA IDENTIFICADA

Sua Ines

setoriais, ferramentas de checagem ou sistemas de monitoramento, elementos considerados relevantes para subsidiar decisões técnicas em campanhas institucionais de maior complexidade.

O subitem B avalia a sistemática de atendimento proposta pela licitante, com foco na organização dos fluxos internos, na clareza dos processos de trabalho e na adoção de práticas que assegurem eficiência, segurança e previsibilidade na relação com a administração pública. São considerados, ainda, os mecanismos de controle, os prazos operacionais, as rotinas de acompanhamento e as medidas relacionadas à proteção e ao gerenciamento das informações institucionais. A proposta da licitante é avaliada como **insuficientemente abordada**. Observa-se que o volume apresenta uma descrição sucinta do fluxo de trabalho, porém sem detalhamento suficiente para permitir a compreensão de sua operacionalidade no cotidiano da conta pública, especialmente no que se refere à definição de prazos e à sua compatibilidade com parâmetros praticados pelo mercado. Também não são explicitados procedimentos relacionados ao gerenciamento de pautas nem ferramentas específicas de controle do tráfego interno, o que fragiliza a previsibilidade e o acompanhamento das demandas. Ainda que a presença de clientes públicos em sua carteira permita inferir alguma familiaridade com esse tipo de atendimento, o texto não contempla diretrizes relacionadas a políticas de negociação, responsabilidades institucionais ou protocolos de segurança da informação, como armazenamento de dados, sigilo e rotinas de backup, aspectos essenciais no contexto da administração pública. Como ponto positivo, registra-se a existência de sede instalada em Maceió, com estrutura física apta ao atendimento da conta, fator que favorece a proximidade operacional com a Secretária. No entanto, diante das lacunas observadas na formalização dos processos e nas garantias operacionais apresentadas, o subcritério não alcança o nível mínimo de consistência esperado.

O subitem C analisa a estrutura de alocação de profissionais destinada ao atendimento da conta da Secretaria Municipal de Comunicação, observando-se o grau de dedicação da equipe indicada, sua adequação técnica e a coerência do modelo proposto frente ao volume e à complexidade das demandas previstas, bem como aspectos relacionados à gestão de pessoas. A proposta da licitante é avaliada como **parcialmente abordada**. Verifica-se que a agência apresenta a designação de nove profissionais em regime de dedicação exclusiva à SECOM, contemplando funções essenciais como atendimento, mídia e criação, o que assegura a presença dos núcleos básicos necessários à operação da conta. Entretanto, não há indicação de profissionais adicionais que possam oferecer suporte complementar ou absorver picos de demanda, o que limita a flexibilidade operacional do modelo apresentado. Soma-se a isso a ausência de informações relativas a políticas identitárias ou diretrizes internas voltadas à promoção de diversidade, equidade étnica, orientação sexual e perspectiva de gênero, aspectos que, embora não determinantes isoladamente, são considerados relevantes no contexto contemporâneo da gestão de pessoas em contratos públicos.

Saudável

O subitem A examina a qualidade técnica e conceitual do conjunto de peças apresentado pela licitante, considerando aspectos como concepção criativa, redação, direção de arte, acabamento e adequação das soluções aos objetivos dos anunciantes. Nesta análise, observa-se se os materiais demonstram domínio dos fundamentos da comunicação publicitária e maturidade criativa compatível com campanhas institucionais e de interesse público. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. A agência apresenta o número máximo de peças permitido pelas diretrizes do edital, totalizando nove trabalhos, com distribuição equilibrada entre as categorias exigidas: três filmes destinados à televisão, cinema ou meios digitais, três peças desenvolvidas exclusivamente em áudio e três materiais gráficos voltados à mídia impressa e/ou OOH. Os limites por categoria são integralmente respeitados e, entre os exemplos selecionados, observa-se que todos os trabalhos estão relacionados a anunciantes do poder público, aspecto que reforça a aderência do repertório ao contexto da comunicação institucional. Destaca-se, ainda, que nenhuma das peças faz referência à Prefeitura de Maceió, em conformidade com as vedações estabelecidas para esta etapa avaliativa, e que todos os materiais apresentados atendem ao critério de recenticidade, não havendo veiculação anterior a 1º de janeiro de 2020. Do ponto de vista criativo, o conjunto revela soluções bem resolvidas sob os aspectos conceitual e estético, com mensagens claras e adequadas aos meios utilizados, demonstrando consistência técnica e pertinência criativa compatíveis com as exigências do edital, o que justifica a atribuição da pontuação máxima a este subcritério.

O repertório é composto pelo conjunto de peças reais apresentadas pela licitante para demonstrar sua competência técnica e sua experiência em campanhas publicitárias já executadas. Nesta etapa, a avaliação considera a qualidade estética e técnica dos materiais, a pertinência criativa das soluções propostas, a clareza das informações apresentadas e a aderência dos trabalhos ao contexto da comunicação pública. Também se observa a capacidade da agência de atuar em campanhas institucionais, educativas e de interesse coletivo, bem como a viabilidade das soluções frente às verbas envolvidas.

Relatório de razões que fundamentam as notas:

ITEM	DESCRITIVO	máximo de 10 pontos		Totalização do critério	10,0
		MAXIMO	ESCALA		
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0	
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0 (dois) pontos	ES	2,0	
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0	
		MAXIMO	ESCALA	NOTA	

6. REPERTÓRIO



O subitem B avalia a clareza e a organização das informações fornecidas pela licitante na apresentação de seu repertório, incluindo fichas técnicas, contextualização dos casos e explicação dos desafios enfrentados em cada trabalho. Considera-se, aqui, a capacidade da agência de expor seus projetos de forma objetiva e compreensível, permitindo a correta leitura do papel desempenhado pelas peças nos contextos em que foram veiculadas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que todos os trabalhos apresentados trazem informações essenciais para a compreensão dos casos, como datas ou períodos de veiculação, praças de exibição e resumos explicativos que contextualizam as campanhas desenvolvidas. Esses textos complementares oferecem dados suficientes para o entendimento dos desafios enfrentados e das estratégias adotadas, permitindo identificar com clareza a inserção das peças nos diferentes meios utilizados. Destaca-se, ainda, a atenção dedicada à descrição da abrangência das campanhas, aspecto que contribui para uma leitura mais precisa do alcance das ações e do papel desempenhado pela comunicação nos contextos apresentados. Dessa forma, o repertório demonstra organização, consistência informativa e atendimento integral aos requisitos previstos para este subcritério.

O subitem C analisa a viabilidade das soluções criativas apresentadas, a diversidade dos casos incluídos no repertório e sua aderência às especificidades da comunicação pública. Observa-se os trabalhos demonstram boa relação entre proposta criativa e condições de execução, bem como se evidenciam experiência da licitante no atendimento a órgãos públicos e em campanhas institucionais de diferentes naturezas. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que a totalidade das peças selecionadas está vinculada a anunciantes do poder público, incluindo trabalhos desenvolvidos para o Governo de Alagoas e para a Prefeitura de Pilar, o que evidencia alinhamento direto com o tipo de demanda comunicacional inerente à conta em disputa. Essa concentração temática reforça a aderência do repertório aos desafios próprios da comunicação institucional e educativa, aspecto central deste subcritério. Do ponto de vista da execução, as soluções apresentadas demonstram adequação às realidades dos clientes atendidos, com escolhas criativas que respeitam limitações contextuais sem comprometer a clareza ou a pertinência das mensagens. Destaca-se, ainda, a concepção de peças específicas para diferentes meios, especialmente no uso do áudio, que revela soluções próprias e coerentes com o formato, e não simples transposições de conteúdos audiovisuais. A articulação entre conteúdo, meio e praça de veiculação mostra-se consistente e exequível, permitindo inferir domínio dos processos de execução e sensibilidade às particularidades da comunicação pública, o que sustenta o atendimento integral aos requisitos previstos para este subcritério.

Saudações

Saudável

O subitem A examina se os relatos apresentados pela licitante demonstram evidências consistentes de planejamento público, a partir da identificação dos cenários enfrentados, da leitura dos problemas de comunicação e da definição de objetivos compatíveis com cada contexto. Avalia-se, neste ponto, a qualidade do diagnóstico construído e a clareza do raciocínio que orienta as decisões estratégicas adotadas nos casos relatados. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Observa-se que o volume identificado apresenta o número máximo de casos permitido pelo instrumento convocatório, contemplando dois relatos distintos e adequadamente delimitados. O primeiro refere-se a uma campanha de incentivo à doação de sangue desenvolvida para o HEMOAL, enquanto o segundo aborda uma campanha de sensibilização e estímulo ao uso do Disk Denúncia do Estado de Alagoas, incluindo os canais 181, aplicativo e site. Em ambos os casos, a agência demonstra capacidade de leitura do contexto institucional dos clientes, identificando elementos relevantes da realidade enfrentada e organizando essas informações de forma coerente para a construção dos desafios de comunicação. Os diagnósticos apresentados evidenciam compreensão dos cenários analisados e sustentam, de maneira clara, as etapas subsequentes do planejamento, o que caracteriza atendimento integral aos requisitos previstos para este subitem.

Neste item, a licitante apresenta relatos de casos reais em que foi responsável pelo planejamento e pela execução de soluções destinadas a enfrentar desafios concretos de comunicação. A avaliação considera a capacidade da agência de elaborar diagnósticos consistentes, definir objetivos claros, propor estratégias adequadas e demonstrar resultados alcançados. Também são observadas a coerência entre problema, solução e resultados, a clareza da exposição e a organização lógica da narrativa, elementos fundamentais para aferir a maturidade do planejamento público apresentado.

Relatório de razões que fundamentam as notas:

ITEM		DESCRITIVO			MAXIMO	ESCALA	NOTA
		máximo de 10 pontos			Totalização do critério		
a)	a evidência de planejamento público a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0	(três)	pontos	ES		3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0	(quatro)	pontos	E4		2,8
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0	(três)	pontos	ES		3,0
					8,8		

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

O subitem B avalia a consistência das relações estabelecidas entre os problemas de comunicação identificados, as soluções propostas e os resultados apresentados nos casos relatados. Observa-se as estratégias descritas respondem de forma direta aos desafios diagnosticados, bem como se os resultados demonstrados são pertinentes, mensuráveis e compatíveis com os esforços de comunicação empreendidos. A proposta da licitante é avaliada como **satisfatoriamente abordada**. No caso desenvolvido para o HEMOAL, voltado ao incentivo à doação de sangue, a relação entre o desafio identificado e a estratégia adotada se mostra coerente do ponto de vista conceitual, contudo, os resultados apresentados permanecem em nível descritivo, limitando-se à menção de repercussão positiva e aceitação da campanha, sem a apresentação de indicadores objetivos, métricas ou fontes que permitam aferir com maior precisão o impacto das ações realizadas. Em contrapartida, no relato referente ao Disk Denúncia 181 do Estado de Alagoas, a articulação entre problema, solução e resultado se apresenta de forma mais consistente, com a indicação de crescimento expressivo de 54% no volume de ligações em período inferior a três meses, dado que confere materialidade ao êxito da estratégia adotada. Considerando o conjunto dos dois casos — no qual um apresenta comprovação objetiva de resultados e o outro carece de maior detalhamento mensurável — o atendimento ao subcritério é considerado satisfatório, ainda que não integral.

O subitem C analisa a organização dos relatos apresentados, considerando a clareza da exposição, a ordenação lógica das informações e a coerência narrativa dos casos descritos. Neste subitem, observa-se a licitante apresenta os dados de forma estruturada e objetiva, facilitando a compreensão das etapas do planejamento, das escolhas realizadas e dos desdobramentos das ações de comunicação. A proposta da licitante é avaliada como **totalmente abordada**. Verifica-se que ambos os casos são apresentados com encadeamento lógico e fluidez textual, iniciando pela contextualização dos cenários enfrentados e evoluindo de maneira coerente até a exposição dos resultados decorrentes das estratégias adotadas. Os relatos atendem aos requisitos formais previstos no edital, inclusive no que se refere à comprovação de autoria, produção e veiculação das peças dentro do período estabelecido, conferindo segurança quanto à regularidade dos materiais apresentados. As peças anexadas aos relatos contribuem de forma efetiva para a compreensão dos casos, funcionando como suporte ilustrativo adequado às narrativas desenvolvidas e ampliando a leitura do percurso criativo e estratégico descrito. Diante desse conjunto de elementos, o subcritério apresenta atendimento integral às expectativas avaliadas.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PÚBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3	
AGÊNCIA	<i>Agência União Data</i>
PONTUADOR: 02	
PONTUAÇÃO:	22,8 (VINTE E DOIS PONTOS E OITO DÉCIMOS)
AGÊNCIA NOVA	

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada quesito é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada quesito, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editalícios, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.
Para aferir insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.
Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.
Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.
Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

VIA IDENTIFICADA

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRITIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	4,0 (quatro) pontos	E2	0,8
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, presteza no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	6,0 (seis) pontos	E2	1,2
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0 (cinco) pontos	E3	2,0
máximo de 15 pontos		Totalização do critério		
		4,0		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

A capacidade de atendimento é composta por três subitens e corresponde a um conjunto descritivo que analisa a capacidade global apresentada pela licitante para o atendimento da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Abrange a dinâmica de prestação dos serviços, a execução das campanhas publicitárias, os fluxos operacionais adotados, a gestão das equipes designadas, bem como outras questões de natureza operacional e gerencial relacionadas ao pessoal alocado para o atendimento da conta.

No primeiro subitem desta etapa, são avaliados os aspectos relacionados aos recursos materiais, à infraestrutura e ao corpo funcional disponibilizados pela candidata nos diversos setores, com vistas ao atendimento das demandas de comunicação da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, observa-se que a candidata apresentou o número máximo de clientes relevantes permitido pelo edital, totalizando oito, entre clientes públicos e privados, dentre os quais se destaca a Prefeitura de Arapiraca, Pilar e Coqueiro Seco. Contudo, observa-se que a equipe disponibilizada pela licitante apresenta dimensão reduzida, sendo composta por apenas nove integrantes, embora todos sejam detentores de experiência profissional, conforme demonstrado nos minicurrículos apresentados, os quais evidenciam formação acadêmica compatível e trajetória profissional adequada. As principais áreas da agência, nos termos previstos no edital, encontram-se devidamente contempladas, com pelo menos um profissional graduado em comunicação, design, marketing ou áreas correlatas integrando a equipe. No que se refere aos recursos materiais, constata-se o pleno atendimento às exigências editalícias, uma vez que a candidata dispõe de instalações físicas compatíveis e atende aos requisitos tecnológicos, contando com softwares criativos adequados às necessidades operacionais e estratégias da prestação dos serviços. Todavia, a concorrente não disponibiliza à contratante pesquisas registradas pelo CENP ou instrumentos equivalentes, tampouco oferece ferramentas de checagem e auditoria de mídia, circunstância que compromete o nível de qualidade do atendimento a ser prestado ao Município de Maceió. Em razão do

VIA IDENTIFICADA

atendimento elementar dos aspectos do quesito este subitem alcança a escala dois (insuficientemente abordado), correspondente à 20% do esperado para o subitem.

No segundo subitem desta etapa, são analisados os aspectos relacionados à sistemática de atendimento à Prefeitura Municipal de Maceió, abrangendo, entre outros, a operacionalidade, a prestação, o cumprimento de obrigações e a observância de prazos. Nesse cenário, constata-se que a candidata apresenta descrição bastante sucinta de sua sistemática de atendimento, sem a definição de prazos, o que inviabiliza a aferição de sua compatibilidade com as práticas adotadas no mercado. No que concerne à operacionalidade, a concorrente não esclarece a forma de organização e gerenciamento de seu fluxo de trabalho, tampouco indica a utilização de software de gestão de tráfego na agência, circunstância que prejudica a avaliação do controle e da eficiência de seus processos internos. A expertise da licitante no atendimento ao setor público, especialmente no que se refere à segurança da informação, permanece apenas implícita, uma vez que não há detalhamento acerca da adoção de normas internas de sigilo, de procedimentos de armazenamento de dados ou da existência de sistemas de backup. Apesar disso a candidata possui sede em Maceió, circunstância que assegura proximidade geográfica e plena capacidade de resposta às demandas do município. Em razão do atendimento elementar dos aspectos do quesito este subitem alcança a escala dois (insuficientemente abordado), correspondente à 20% do esperado para o subitem.

No terceiro e último subitem desta etapa, são avaliados os aspectos relacionados à capacidade técnica, às políticas identitárias e à dedicação da equipe destinada ao acompanhamento da conta da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, verifica-se que a candidata disponibiliza nove profissionais atuando de forma exclusiva no atendimento da conta, não havendo profissionais dedicados, o que embora haja capacidade técnica compatível com as demandas do contrato revela estrutura menos adequada. Além disso, não constam da proposta, que as políticas de promoção da igualdade étnico-racial, de gênero ou voltadas ao respeito à orientação sexual. Também não há menção a iniciativas para proteção das pautas das minorias nem para enfrentamento de questões sociais relevantes. Em razão do atendimento de alguns dos aspectos do quesito este subitem alcança a escala três (parcialmente abordado), correspondente à 40% do esperado para o subitem.

VIA IDENTIFICADA

6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0 (dois) pontos	ES	2,0
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
máximo de 10 pontos		Totalização do critério		
		10,0		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é composto por três subitens e reúne peças de caráter demonstrativo, apresentadas com o objetivo de comprovar a qualidade do trabalho realizado pela candidata na concepção e elaboração de campanhas publicitárias com resultados relevantes, veiculadas em distintos meios e formatos. Os materiais apresentados devem ser atuais e conter a indicação do período de veiculação e do alcance territorial de atuação, de modo a permitir adequada avaliação.

No primeiro subitem desta etapa, são examinados os aspectos artísticos e técnicos do atendimento prestado pela licitante a contas de clientes anteriores, bem como a compatibilidade das soluções apresentadas com as demandas de comunicação da Secretaria Municipal de Comunicação de Maceió. Nesse sentido, constata-se que a concorrente apresentou o quantitativo máximo de peças permitido, totalizando nove materiais, todos adequadamente concebidos e executados, sendo três vídeos destinados à veiculação em televisão, cinema ou meios digitais, três peças de áudio e três peças para mídia impressa e/ou OOH. Também se observa atualidade em todas as peças, não havendo qualquer material anterior a janeiro de 2020 entre os exemplos. Ademais, observa-se que os trabalhos foram integralmente desenvolvidos para entes públicos. Por fim, a licitante respeita a vedação editalícia e se abstém apresentar trabalhos que façam referência à Prefeitura de Maceió. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No segundo subitem desta etapa, se avalia nos casos apresentados e nas peças exibidas, questões relativas à qualidade da execução, ao nível de acabamento e à clareza das informações fornecidas, tanto nos materiais publicitários quanto nas sínteses que contextualizam os respectivos casos. Nesse contexto, constata-se que a licitante apresenta relatos objetivos contendo dados essenciais para a compreensão do cenário das campanhas e de sua vinculação às estratégias adotadas para cada cliente, incluindo informações relativas aos veículos empregados. Verifica-se, igualmente, a apresentação das fichas técnicas das peças, com a indicação das praças, dos períodos de veiculação e de breve contextualização dos casos, tudo exposto de forma clara e em estrita observância às exigências editalícias. Ademais, a licitante explicita o alcance das campanhas, elemento fundamental para a adequada análise dos casos apresentados. Em razão do

VIA IDENTIFICADA

atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No terceiro e último subitem desta etapa, são avaliadas a exequibilidade das soluções apresentadas, bem como a diversidade e a adequação do repertório às necessidades da publicidade da Secretaria Municipal de Comunicação da Prefeitura de Maceió. Nesse contexto, constata-se aderência, uma vez que a licitante apresentou repertório composto integralmente por peças desenvolvidas para o setor público, o que revela plena capacidade de atendimento às demandas do município. As peças apresentadas demonstram variedade de ações e comprovam a viabilidade das soluções propostas pela concorrente em campanhas de seus clientes, destacando-se o vídeo concebido para a Prefeitura de Pilar. Ressalta-se, ainda, que as peças de áudio exibem qualidade técnica e criativa, não se caracterizando como simples reproduções de conteúdos audiovisuais. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**



VIA IDENTIFICADA

7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRITIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;	3,0 (três) pontos	ES	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;	4,0 (quatro) pontos	E4	2,8
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados	3,0 (três) pontos	ES	3,0
máximo de 10 pontos		Totalização do critério	8,8	

Relatório de razões que fundamentam as notas:

Relato de soluções de problemas de comunicação é composto por três subitens e tem por finalidade avaliar soluções assertivas para desafios de comunicação articuladas pela concorrente, evidenciando, de forma clara, a atuação integrada das diferentes áreas da agência na construção de resultados efetivos e sustentáveis ao longo do tempo.

No primeiro subitem desta etapa, são analisadas as competências das licitantes no planejamento de campanhas, a partir da apresentação de casos concretos. Nesse contexto, verifica-se que a concorrente apresentou o quantitativo máximo de materiais admitido para fins de comprovação da capacidade de planejamento, totalizando dois casos: a campanha do Disque Denúncia do Estado de Alagoas, voltada à sensibilização e ao incentivo à utilização da ferramenta, tanto por meio do número 181 quanto do aplicativo e do site, e a campanha de incentivo à doação de sangue desenvolvida para o HEMOAL. Nas duas hipóteses se constata a apresentação de síntese dos desafios de comunicação enfrentados por cada cliente, acompanhada da descrição das soluções concebidas pela licitante, bem como das ações desenvolvidas para o enfrentamento e superação desses desafios. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito **este subitem alcança a escala cinco (totalmente abordado), correspondente à nota máxima.**

No segundo subitem desta etapa, é analisada a capacidade da candidata de alcançar resultados efetivos, a partir do êxito obtido com as estratégias e táticas adotadas em campanhas anteriormente executadas. Nesse contexto, verifica-se a apresentação de síntese dos desafios de comunicação enfrentados por cada cliente, das soluções propostas pela licitante e, ao final, dos resultados efetivamente alcançados. Nesse ponto, foi possível identificar a correlação entre as estratégias adotadas e os resultados obtidos apenas em um dos casos apresentados, qual seja, a campanha do Disque Denúncia do Estado de Alagoas, onde se registrou incremento de 54% no volume de ligações em período inferior a três meses após a implementação das ações. Quanto à campanha de incentivo à doação de sangue desenvolvida para o HEMOAL, não foram apresentadas evidências objetivas de êxito na proposta, havendo apenas a indicação genérica de boa repercussão e aceitação, sem o detalhamento de indicadores mensuráveis ou a identificação das fontes que fundamentariam tal resultado. Em razão do atendimento dos principais aspectos do quesito

VIA IDENTIFICADA

este subitem alcança a escala quatro (satisfatoriamente abordado), correspondente à 70% do esperado para o subitem.

No terceiro e último subitem desta etapa é avaliado a importância dos resultados exibidos posteriormente às ações de comunicação recomendadas pela concorrente. Sob essa perspectiva, constata-se que os dois casos apresentados se encontram devidamente estruturados, com narrativa que contextualiza o cenário inicial enfrentado e evolui até a apresentação dos resultados alcançados a partir das táticas definidas pela agência. Também se observa que os requisitos formais exigidos foram plenamente observados, bem como que os relatos apresentados contam com as devidas autorizações para produção e veiculação, respeitando o período estabelecido no edital. As peças exibidas permitem plena compreensão dos casos, potencializando a leitura crítica e evidenciando a qualidade técnica do trabalho desenvolvido pela licitante. Em razão do atendimento integral dos aspectos do quesito do trabalho desenvolvido pela

(totalmente abordado), correspondente à nota máxima.

VIA IDENTIFICADA

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

VIA IDENTIFICADA – ENVELOPE Nº 3		
AGENCIADOR:03	22,8 (VINTE E DOIS PONTOS E OITO DÉCIMOS)	AGÊNCIA
PONTUAÇÃO:	AGÊNCIA NOVA	

Escala de Avaliação

Conforme indicado em edital, a pontuação em cada questão é considerada, como nota máxima para efeito de atribuição das notas por esta subcomissão técnica e referência para os percentuais usados na escala de avaliação. Cada nota será atribuída partindo de uma escala de 0,0 (zero) ponto até a quantidade máxima de pontos indicada em cada questão, efetuando-se os cálculos com, no máximo, duas casas decimais, sendo as demais casas decimais desconsideradas.

Classificação	Percentual do total	Escala
Não abordado ou Erroneamente abordado	0%	1
Insuficientemente abordado	20%	2
Parcialmente abordado	40%	3
Satisfatoriamente abordado	70%	4
Totalmente abordado	100%	5

Para aferir Não abordado ou Erroneamente abordado: o texto da concorrente não atende aos elementos presentes no briefing do edital ou demais critérios editoriais, não versando sobre o tema solicitado ou contém erros grosseiros, seja na abordagem solicitada para a campanha, seja para os elementos destacados para avaliação.

Para aferir insuficientemente abordado: o texto da concorrente atende de forma muito elementar aos elementos presentes no briefing do edital ou não alcançou a qualidade mínima necessária. O texto revela conteúdo fraco, medíocre, insatisfatório, entretanto, guarda alguma relação com o item na proposta técnica considerando o solicitado.

Para aferir parcialmente abordado: o texto da concorrente contempla apenas alguns dos aspectos relevantes do quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a normativa técnica com omissões relevantes, mas sem desvios do solicitado.

Para aferir satisfatoriamente abordado: o texto contempla os principais aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, atendendo a maior parte da normativa técnica esperada e descrita no instrumento.

Para aferir totalmente abordado: Esta avaliação é conferida às propostas que contemplam integral e exatamente os aspectos que constituem o quesito ou subquesto em julgamento conforme briefing e critérios estabelecidos no edital, sem desvios e apresentando, quando possível, soluções com elementos de destaque e diferenciado entendimento do critério analisado, com evidente excelência qualitativa.

5. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade geral de atendimento revelada pelo licitante, considerando a adequação das instalações, da infraestrutura (física, equipamentos e em TI), dos recursos materiais, da quantidade e qualificação dos profissionais nos diferentes setores da licitante colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Maceió.	4,0 (quatro) pontos	E2	0,8
b)	Sistemática de atendimento, revelada no julgamento dos elementos de operacionalidade (fluxo e normas); dimensões de segurança, prestação no atendimento às solicitações, grau de liberdade e decisões conferido à Prefeitura Municipal de Maceió na escolha de soluções alternativas.	6,0 (seis) pontos	E2	1,2
c)	A existência de equipe dedicada/exclusiva para o trato da conta da Prefeitura Municipal de Maceió, bem como a qualidade da definição técnica dos profissionais à disposição e da gestão deste pessoal.	5,0 (cinco) pontos	E3	2,0
máximo de 15 pontos		Totalização do critério		
		4,0		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

As especificidades das diversas áreas de atuação técnica das empresas candidatas são analisadas no caderno capacidade de atendimento. Ante esta definição observa-se a desenvoltura no atendimento e nas perspectivas do serviço e realização de campanhas publicitárias. Também são avaliados os serviços prestados diretamente em comunicação: a execução de um fluxo claro de trabalho, os recursos humanos com suas políticas identitárias e demais questões de cunho operacional e gerencial.

O primeiro subcritério trata das dimensões estruturais da empresa, elementos qualitativos e quantitativos de sua equipe. O texto do caderno se inicia com a necessária listagem contendo os principais clientes em atividade na agência. O quantitativo não excede ao máximo permitido em edital – oito ao todo - tendo as prefeituras de Arapiraca, Coqueiro Seco e Pilar entre os diversos clientes públicos de bom nível atendidos pela candidata, aspecto considerado positivo. Aqui, a concorrente disponibiliza apenas 09 profissionais para atender a SECOM da Prefeitura de Maceió, incluindo currículos resumidos com formação e experiência - informações elementares para a análise de pessoal, aspecto que aponta alguma restrição. De todo modo, todas as áreas fundamentais de uma agência, em particular as listadas no edital, estão representadas na listagem funcional presente em seu conjunto com ao menos um funcionário graduado em comunicação, design, marketing ou áreas afins. A infraestrutura de equipamentos está adaptada à realidade contemporânea de sua equipe, com softwares criativos compatíveis com seu segmento de trabalho. Ao final temos uma ausência: a candidata não lista conjunto de pesquisas registradas pelo CENP ou compatíveis como disponíveis para a contratante. Esse aspecto é agravado pelo texto da concorrente que não aborda nem informativos da área nem empresas ou software de checagem (Chicken). Com tantas restrições, só é possível conceder a esta licitante escala insuficiente neste subcritério (E2).

O segundo subcritério trata do fluxo de atendimento, sua sistemática, além das demais normas comentadas em edital. Neste caso, a candidata apresenta texto conciso sobre o seu fluxo de trabalho. Não existem prazos e não é possível avaliar sua compatibilidade com as médias de mercado. O volume de capacidade de atendimento também se omite de tratar sobre o gerenciamento das pautas, além de não apontar o uso de um software de gestão do tráfego na agência. É possível inferir que exista expertise diferenciada para o setor público, já que diversos clientes do setor são atendidos. Contudo, o volume não aborda políticas de negociação e responsabilidade nem diretrizes para armazenamento, sigilo e cópias de segurança (backup). Aspecto positivo é a existência de uma sede em Maceió, com estrutura para o trato da conta, questão fundamental para o melhor relacionamento com o cliente. Sendo assim, ante a tantas ausências significativas, só é possível conceder escala insatisfatória ao subcritério (E2).

Já o último subcritério analisa a existência de uma equipe dedicada ao cliente e a qualificação técnica deste conjunto de profissionais, bem como políticas identitárias. Neste aspecto, a licitante determina que 09 profissionais estarão dedicados exclusivamente à SECOM, incluindo profissionais de atendimento, mídia e criação, indispensáveis à operação da conta. Mesmo assim, não existem mais profissionais disponíveis para a conta. Não existe no volume da concorrência informações sobre políticas identitárias, o que inclui questões de equidade étnica, orientação sexual e perspectiva de gênero, aspecto que seria desejável. Atendendo apenas alguns dos elementos necessários ao subcritério, é possível conceder escala parcial a concorrente (E3).

6. REPERTÓRIO

ITEM	DESCRIPTIVO	MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção e pertinência criativa;	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
b)	A clareza da exposição das informações prestadas, tanto nas peças quanto nos resumos que tratam do caso em que elas estão inseridas;	2,0 (dois) pontos	ES	2,0
c)	Qualidade de execução e exequibilidade das soluções diante das verbas propostas e a diversidade de casos e sua aderência aos desafios presentes no manejo das questões de comunicação para a Prefeitura Municipal de Maceió e o setor público.	4,0 (quatro) pontos	ES	4,0
máximo de 10 pontos		Totalização do critério		
		10,0		

Relatório de razões que fundamentam as notas:

O repertório é um conjunto de peças-exemplo que caracterizam a qualidade do trabalho da candidata no desenvolvimento criativo de campanhas com resultados de destaque em diversos suportes. É esperado que os trabalhos apresentem, preferencialmente, data ou período de veiculação e indicação de sua atuação geográfica. A contemporaneidade destes trabalhos também é observada pelos avaliadores.

No primeiro subcritério temos como foco duas questões: a capacidade técnica percebida pela riqueza criativa e o potencial artístico observado na composição textual e imagética das mensagens. Aqui, a licitante apresenta o número máximo permitido pelas diretrizes do edital (9 peças) ao todo. Os limites por categoria são obedecidos: são (03) para filmes em televisão, cinema ou meios digitais; (03) para peças realizadas exclusivamente em áudio e (03) gráficos de mídia impressa e/ou OOH para seus clientes. No volume da concorrência vemos que, entre os exemplos apresentados, todos estão relacionados ao poder público, aspecto muito positivo. É importante destacar que nenhum trabalho faz referência à Prefeitura de Maceió, aspecto vedado na construção do repertório. Todas as peças são recentes: nenhuma delas foi veiculada anteriormente a 01 de janeiro de 2020. Sendo as peças representantes do seu trabalho, dotadas de boa concepção e pertinência criativa, o conjunto atende às necessidades estruturais e técnicas do edital, no que é possível conceder escala máxima à candidata, com todos os elementos do subcritério atendidos (E5).

O segundo subcritério aborda as informações presentes na apresentação de seu repertório, sua clareza nas informações prestadas, descrição do caso e a existência dos elementos obrigatórios de identificação das campanhas. Cada trabalho apresentado no conjunto do repertório contém data ou período de veiculação, pequeno resumo do caso em que estão inseridos e peças em que foram exibidos, aspectos positivos nesta instância. Os resumos apresentam dados relevantes para o entendimento do contexto da campanha e da sua inserção nas estratégias desenvolvidas para os clientes, incluindo questões relativas aos veículos. Ao determinar as peças, a candidata destaca a abrangência da campanha, aspecto essencial para entendimento dos casos. Desta forma, atendendo a todos os pontos da instância avaliativa, a candidata obtém escala máxima no item em questão (E5).

Finalmente, no terceiro subcritério, analisamos questões como a aderência dos exemplos do repertório em relação aos desafios da SECOM da Prefeitura de Maceió, bem como sua exequibilidade. A aderência é observada com a presença da totalidade de suas peças relacionadas ao poder público, incluindo o Governo de Alagoas e Prefeitura de Pilar – o que demonstra consonância com os desafios de comunicação da conta disputada. Entre as peças apresentadas, o filme para a Prefeitura de Pilar se destaca pela grande pertinência, mesmo com as limitações temáticas. As peças produzidas especialmente para áudio se revelam de qualidade, não sendo meras replicações de meios audiovisuais. Sendo plenamente aderente às necessidades da SECOM da capital alagoana, vemos que a adequação das peças aos clientes é evidente e completa o trabalho de qualidade da candidata. Desta forma, atendendo ao esperado para o subcritério, é possível conceder escala máxima ao item em questão (E5).



7. RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRITIVO		MÁXIMO	ESCALA	NOTA
a)	a evidência de planejamento publicitário a partir dos elementos diagnósticos relatados no caso referendado e da interpretação do pedido;		3,0 (três) pontos	E5	3,0
b)	a consistência das relações de causa e efeito entre problema encontrado e a solução proposta e consequente relevância dos resultados apresentados diante dos desafios;		4,0 (quatro) pontos	E4	2,8
c)	a concatenação lógica da exposição, incluindo a ordenação narrativa do caso e boa escolha de elementos criativos exemplificados		3,0 (três) pontos	E5	3,0
			Totalização do critério		8,8
máximo de 10 pontos					

Relatório de razões que fundamentam as notas:

A análise dos relatos de soluções de comunicação busca avaliar soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas pela concorrente, atestando de forma clara o trabalho integrado entre as áreas da agência para produzir resultados efetivos e duradouros.

O primeiro subcritério observa a capacidade de diagnóstico das candidatas nos relatos apresentados, bem como a capacidade de síntese no texto produzido pelas concorrentes, evidenciando seu trabalho de planejamento. Aqui, vemos que o trabalho da concorrente se fundamenta em elementos de planejamento para desenvolver a descrição do caso e sua consequente observação diagnóstica. O caderno da licitante apresenta o número máximo de relatos permitidos – dois ao todo – atendendo às demais limitações do instrumento de convocação. O primeiro caso é referente a campanha de incentivo a doação de sangue no HEMOAL. O segundo caso é do disk denúncia do Estado de Alagoas, numa campanha para a sensibilização e incentivo de uso da ferramenta, tanto no 181 quanto no aplicativo e site. Em ambos os casos a agência é capaz de observar a realidade do cliente para destacar aspectos capazes de compor o desafio de comunicação a ser resolvido. Uma vez que o conteúdo do subcritério é pertinente, é possível contemplar o trabalho da candidata com escala máxima neste primeiro momento (E5).

O segundo subcritério tem grande relevância por observar o êxito derivado das estratégias e táticas propostas pelas candidatas. Aqui, as relações de causa e efeito são avaliadas junto aos resultados obtidos por seus clientes. O primeiro caso buscava o incremento de doações e participação da sociedade no banco de sangue HEMOAL. Aqui não temos resultados claros, apenas a menção de que houve boa repercussão e aceitação, sem maior detalhamento destes índices ou das fontes que relataram este sucesso. Contudo, no segundo caso, ao tratar do Disk Denúncia 181, é possível ver números evidentes: um aumento de 54% nas ligações em um período menor que 3 meses. Considerando a lacuna presente no primeiro caso, aspecto menor no conjunto da candidata, é possível conceder escala satisfatória neste segundo momento (E4).

Por fim, o terceiro subcritério trata da lógica da exposição, incluindo sua ordenação narrativa e fluidez. Neste sentido, ambos os casos são descritos de forma adequada, iniciando com uma composição textual que privilegia o cenário encontrado e concluindo com resultados derivados dos prognósticos realizados pela agência. Observa-se que os aspectos formais no texto são atendidos e os relatos tiveram suas autorizações de produção e veiculação dentro do período exigido em edital. As peças anexas ao conjunto ilustram de forma adequada o caso apresentado pela licitante, ampliando a percepção do trabalho de qualidade da agência. Sendo assim, é possível contemplar o conjunto da candidata com nota máxima neste terceiro momento (E5).



ESCALAS DE NOTA POR SUBCRITÉRIO
VIA NÃO IDENTIFICADA E IDENTIFICADA

PONTUAÇÃO MÁXIMA				2
E1	E2	E3	E4	E5
0%	20%	40%	70%	100%
0	0,4	0,8	1,4	2

PONTUAÇÃO MÁXIMA				3
E1	E2	E3	E4	E5
0%	20%	40%	70%	100%
0	0,6	1,2	2,1	3

PONTUAÇÃO MÁXIMA				4
E1	E2	E3	E4	E5
0%	20%	40%	70%	100%
0	0,8	1,6	2,8	4

PONTUAÇÃO MÁXIMA				5
E1	E2	E3	E4	E5
0%	20%	40%	70%	100%
0	1	2	3,5	5

PONTUAÇÃO MÁXIMA				6
E1	E2	E3	E4	E5
0%	20%	40%	70%	100%
0	1,2	2,4	4,2	6

PONTUAÇÃO MÁXIMA				7
E1	E2	E3	E4	E5
0%	20%	40%	70%	100%
0	1,4	2,8	4,9	7