



GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO DO DISTRITO FEDERAL
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA N.º 02/2019-SECOM/DF
ATA DE ABERTURA - TERCEIRA SESSÃO

Ao vigésimo oitavo dia do mês de fevereiro de dois mil e vinte, às nove horas, no Edifício Anexo do Palácio do Buriti, 8º Andar, Sala 809 - Brasília-DF, Zona Cívico Administrava, Eixo Monumental, Praça do Buriti- Brasília-DF, reuniram-se em sessão pública os membros da Comissão Especial de Licitação-CEL, designada por meio da Portaria/SECOM-DF n.º 29 de 05 de junho de 2019, publicada no Diário Oficial do Distrito Federal-DODF n.º 107, de 7 de junho de 2019, página 37, cumprir a pauta estabelecida no subitem 20.5 do edital, concernente à modalidade de **CONCORRÊNCIA N.º 02/2019-SECOM/DF**, cujo objeto é a contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação digital para atender as necessidades da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal e dos Órgãos da Administração Direta do Governo do Distrito Federal, conforme prevê o artigo 22 do decreto nº 39.610, de 1º de janeiro de 2019, referentes à: a) prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital, no âmbito do contrato; b) criação, execução técnica e distribuição de ações e/ou peças de comunicação digital; e c) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdos do Governo do Distrito Federal, suas secretarias e administrações regionais, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias, constante do processo SEI n.º 04000-00000184/2019-12 da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal. Iniciando a sessão às nove e dez minutos, o Senhor Presidente explicou o rito da sessão esclarecendo que seguirá a pauta constante do item 20.5 do edital, apresentou os membros da CEL/SECOM-DF aos presentes no Plenário. Ato contínuo, o Presidente convocou os representantes presentes a sessão de acordo com os credenciados na primeira sessão realizada (item 8.3 do edital), tendo sido credenciados novos representantes das licitantes: 03-R Comunicação e Marketing Ltda, 07-FSB Comunicação e Planejamento Estratégico Ltda, 10-CDN Comunicação Corporativa Ltda, 15-Wavez Promoção e Comunicação Digital Ltda-ME. Após as assinaturas foi confeccionada a Lista de Presença desta Terceira Sessão sendo a mesma anexada a presente Ata (letra "a" do item 20.5 do edital). Após verificar que os representantes das licitantes preenchiam as condições de participação fixadas no Edital, o Presidente, solicitou que os presentes elegeassem Comissão para representar todas as licitantes na sessão (item 20.1.2 do edital), sendo eleitos os representantes legais dos seguintes licitantes: 01-Clara Serviços Integrados de Vídeo, Conteúdo e Web, 04-Informe Comunicação Integrada e 09-Digital Consultoria e Publicidade Ltda. Em seguida, convocou todos os representantes presentes para atestar se os invólucros n.º 3 estavam devidamente lacrados, sendo confirmado por todos sua inviolabilidade. Continuando a sessão foram abertos os invólucros n.º 3 de todas as licitantes habilitadas (letra "b" do item 20.5 do edital). Após foi realizado o cotejo dos documentos constantes dos Invólucros nº 3 (Plano de Comunicação Digital - Via Identificada) das licitantes habilitadas, com os conteúdos dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada), para identificação de autoria (letra "c" do item 20.5 do edital) e procedendo a numeração das licitantes nos invólucros n.º 2 e n.º 3. Após foi elaborada planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica das licitantes habilitadas, utilizando as Atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 2 e nº 4 e as respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica (planilhas em anexo) - letra "d" do item 20.5 do edital. A Subcomissão Técnica informou em parecer apartado e anexado a presenta Ata que a pasta do Invólucro nº 2 (Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada) referente ao tema "SOS DF – Um jogo de cidadania" foi apresentada com identificação não sendo analisada por não cumprir os requisitos constantes do item 2.5 do Apêndice II do Anexo I do edital, Portanto, esta CEL/SECOM verificou o involucro n.º 2 do tema citado pela Subcomissão Técnica e constatou que a proposta técnica da licitante 17-Fundação para Desenvolvimento das Artes e da Comunicação-Fundac restou desclassificada por incorrer nas previsões constantes das letras "a" e "c" do item 2.5 do Apêndice II do Anexo I do edital e letra "a" do item 13.1.1.2 do edital. Conforme foi feito na última sessão com o involucro n.º 4, o involucro n.º 3 da referida licitante permanece lacrado em poder desta CEL/SECOM. Após a CEL/SECOM proclamou o resultado final do julgamento das

propostas técnicas (letra “e” do item 20.5 do edital), conforme Nota Final constante do Mapa – Resultado Final de Julgamento das Propostas Técnicas, sendo as propostas técnicas das licitantes: 03-R Comunicação e Marketing Ltda, 04-Informe Comunicação Integrada, 05-Partners Comunicação integrada, 07-FSB Comunicação e Planejamento Estratégico Ltda, 08-L2w3 Digital Ltda, 12-Compet Marketing e Comunicação Ltda, 14-Cappuccino Escritório de Desenho Ltda, 15-Wavez Promoção e Comunicação Digital Ltda-ME, desclassificadas por não alcançarem no total a Nota Final de 80 pontos conforme prevê a letra “b” do item 2.5 do Apêndice II do Anexo I do edital. As licitantes classificadas que obtiveram nota final igual ou superior a 80 pontos foram: 06-AGÊNCIACLICK MIDIA INTERATIVA S.A, 02-TALK COMUNICAÇÃO INTERATIVA LTDA, 01-CLARA SERVIÇOS INTEGRADOS DE VIDEO,CONTEÚDO E WEB, 13-MONUMENTA COMUNICAÇÃO E ESTRATEGIAS SOCIAIS LTDA, 09-DIGITAL CONSULTORIA E PUBLICIDADE LTDA, 10-CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA, 11-EBM QUINTTO COMUNICAÇÃO LTDA e 16-FIELDS COMUNICAÇÃO LTDA. O Presidente informou que o resultado final do julgamento das Propostas Técnicas será divulgado no DODF, DOU e Jornal de Grande Circulação e Portal SECOM/DF, com a indicação das propostas técnicas das licitantes classificadas e das licitantes desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 19 do Edital. Vencida esta etapa o Presidente indagou se havia alguma manifestação a ser registrada e juntada a esta Ata em relação ao conteúdo dos invólucros n.º 3 e dos procedimentos realizados nesta Sessão. Não houve interesse por parte dos licitantes presentes. Desde já os documentos dos invólucros 2, 3 e 4 estão disponíveis nesta CEL/SECOM, devendo o representante, caso queira, solicitar por escrito e comparecer no seguinte endereço: Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal, situado na Praça do Buriti, Anexo do Palácio do Buriti, 16º andar, sala 1610 – Brasília/DF, no horário de 09:00 as 12:00 de 14:00 as 17:30h. O Presidente informou, que, oportunamente, marcará data, hora e local para os procedimentos previstos na quarta sessão (item 20.7 do edital), e nada mais havendo a tratar, o Senhor Presidente deu por encerrado os trabalhos às onze horas e vinte minutos, lavrando a presente Ata, que se estiver conforme por todos os presentes, pelo Sr. Presidente, membros e licitantes presentes.

Fábio Paixão de Azevedo
Comissão Especial de Licitação-CEL/SECOM/DF
Presidente

Edson de Souza
Membro

Roberto Antonio de Queiroz
Membro

Licitantes:

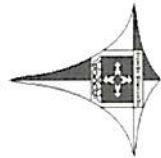
01-Clara Serviços Integrados de Vídeo, Conteúdo e Web,

04-Informe Comunicação Integrada

05-Partners Comunicação integrada

08-L2w3 Digital Ltda,

09-Digital Consultoria e Publicidade Ltda.



GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO DO DISTRITO FEDERAL
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA N.º 02/2019-SECOM/DF

LISTA DE PRESENCIA
TERCEIRA SESSÃO
28.02.2020 AS 09:00 HORAS
CONCORRÊNCIA N.º 02/2019-SECOM/DF

Local: Praça do Buriti, Edifício Anexo do Palácio do Buriti, 8º Andar, Sala 809 - Brasília - DF.

Ordem	Empresa licitante	CNPJ	Representante Legal	CPF N.º	Assinatura/Rúbrica
1	Clara Serviços Integrados de Vídeo, Conteúdo e Web	07.660.888/0001-38	Cid Marques Faria	570.850.646-68	
2	Talk Comunicação Interativa Ltda	10.237.638/0001-02	Silvone Alves Assis	270.851.981-68	
3	R Comunicação E Marketing Ltda	08.549.609/0001-26	Thatiane Rodrigues Leite	OAB-48457	
4	Informe Comunicação Integrada SS.	26.428.219/0001-80	Vitor Pacheco da Costa Fortes	725.470.811-72	
5	Partners Comunicação integrada	03.958.504/0001-07	Vivaldo Ramos Filho	447.924.926-53	
6	Agenciatick Midia Interativa S.A.	03.069.949/0005-60	Eieli Allebrandt	800.132.101-06	
7	FSB Comunicação E Planejamento Estratégico Ltda.	03.585.183/0001-42	Érica dos Santos Abe	713.953.931-68	
8	L2w3 Digital Ltda	05.244.232/0001-09	Luiz Paulo Garcia Parente Filho	666.387.711-91	
9	Digital Consultoria E Publicidade Ltda	04.837.800/0001-12	Adriana Moya Pereira	134.320.208-64	
10	CDN Comunicação Corporativa Ltda	57.863.854/0001-19	Afonso Prado Filho	702.322.107-72	
11	EBM Quintto Comunicação Ltda	14.470.051/0001-91	Fernanda Cunha do Prado Rocha	016.790.211.33	
12	Compet Marketing E Comunicação Ltda	03.890.600/0001-60	Rafael Oliveira do Amaral	012.210.310-75	
13	Monumenta Comunicação E Estratégias Sociais Ltda	04.692.238/0001-86	Jussara Regina de Oliveira	712.929.181-87	
14	Cappuccino Escritório De Desenho Ltda	03.884.015/0001-24	Luciana Barbeta Cruz	997.916.091-87	
15	Wavez Promoção E Comunicação Digital Ltda ME	12.910.896/0001-25	Adriana Aparecida Zanini	538.641.901-34	
16	Fields Comunicação Ltda	03.509.498/0001-00	Gabriela Murad Albuquerque	370.706.048-90	

GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL
 SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO
 COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO
 CONCORRÊNCIA 002/2019-SECOM
 RESULTADO FINAL DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

MAPA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS - CONCORRÊNCIA 002/2019-SECOM-DF		IDENTIFICAÇÃO INVÓLUCRO 3	IDENTIFICAÇÃO INVÓLUCRO 4	ORDEM	NOTA	NOTA INVÓLUCRO 2	NOTA INVÓLUCRO 4	NOTA INVÓLUCRO 2	NOTA TÉCNICA
INVÓLUCRO 2	TEMA	NOTA	AGÊNCIA	AGÊNCIA	NOTA	NOTA 2	NOTA 4	NOTA 2	NOTA FINAL
#EUFAPORTE		40,80	CAPUCCINO ESCRITÓRIO DE DESENHO LTDA	AGÊNCIA	6	57,00	39,66	57,00	96,66
#TAMOJUNTO		55,16	CLARA SERVIÇOS INTEGRADOS DE VIDEO,CONTEÚDO		2	59,66	36,00	59,66	95,66
#TAMOJUNTO - GAME		41,00	PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA		1	55,16	35,66	55,16	90,82
AGENTE DF		57,00	AGÊNCIACLICK MIDIA INTERATIVA S.A		13	53,16	37,00	53,16	90,16
AGORA, VOCÊ VAI PARTICIPAR, ACOMPANHAR E FISCALIZAR		43,00	R COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA		9	52,66	32,00	52,66	84,66
É TEMPO DE AÇÃO EM PARCERIA COM VOCÊ		53,16	MONUMENTA COMUNICAÇÃO E ESTRATEGIAS SOCIA		10	49,50	32,66	49,50	82,16
É TEMPO DE AGIR,JUNTOS		36,00	FSB COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO		11	47,33	34,33	47,33	81,66
GDF EM TEMPO REAL		49,50	CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA		16	49,66	30,66	49,66	80,32
JUNTOS E CONECTADOS PARA CUIDAR DA NOSSA CIDADE		49,66	FIELDS COMUNICAÇÃO LTDA		4	46,00	32,00	46,00	78,00
MELHOR AGORA		59,66	TALK COMUNICAÇÃO INTERATIVA LTDA		8	40,33	35,66	40,33	75,99
MEU DF		40,33	L2W3 DIGITAL LTDA		5	41,00	32,33	41,00	73,33
O GDF FOI LÁ E FEZ		46,00	INFORME COMUNICAÇÃO INTEGRADA SS		14	40,80	31,00	40,80	71,80
SEU PEDIDO VAI, A SOLUÇÃO VEM		52,66	DIGITAL CONSULTORIA E PUBLICIDADE LTDA		7	36,00	35,00	36,00	71,00
SOS DF - UM JOGO DE CIDADANIA		0,00			15	35,66	31,66	35,66	67,32
SOS DF E VOCÊ,MULTIPLICANDO RESULTADOS		35,66	WAVEZ PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA		3	43,00	22,00	43,00	65,00
SOS DF: AÇÃO É O QUE FAZ A GENTE ACELERAR		47,33	EBM QUINTO COMUNICAÇÃO LTDA		12	27,16	31,33	27,16	58,49
SUA RECLAMAÇÃO VIRA SOLUÇÃO		27,16	COMPET MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA						

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature at the top right and several smaller ones below it.

GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO
SUBCOMISSÃO TÉCNICA – CONCORRÊNCIA 002/2019 - SECOM

Fica estabelecida, a ordem de classificação das propostas a partir da média final de cada uma delas, após análise dos quesitos e subquesitos previstos em edital, referente ao Plano de Comunicação Digital apresentados na Concorrência nº 02/2019-SECOM/DF.

Segue em anexo documento com detalhamento das notas de cada licitante.

Tema	Média Final	Colocação
Melhor agora.	59,66	1
Agente DF	57	2
#Tamojunto	55,16	3
É tempo de ação em parceria com você	53,16	4
Seu pedido vai, a solução vem.	52,66	5
Juntos e conectados para cuidar da nossa cidade.	49,66	6
GDF em tempo real	49,5	7
SOS DF: Ação é o que faz a gente acelerar	47,33	8
O GDF foi lá e fez	46	9
Agora, você vai participar,	43	10

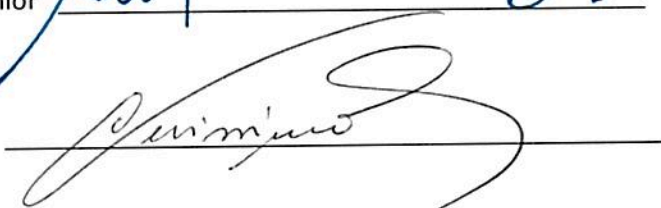


acompanhar e fiscalizar.		
#Tamojunto - game	41	11
#Eufaçoarte	40,8	12
Meu DF	40,33	13
É tempo de agir, juntos.	36	14
SOS DF e você. Multiplicando resultados.	35,66	15
Sua reclamação vira solução	27,16	16
SOS DF - Um jogo de cidadania.	0	17

Antônio Mário Tenreiro Júnior









Otávio Veríssimo Sobrinho


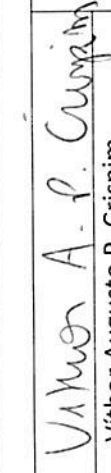
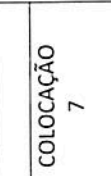



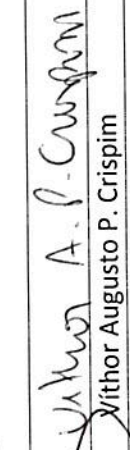
Víthor Augusto P. Crispim


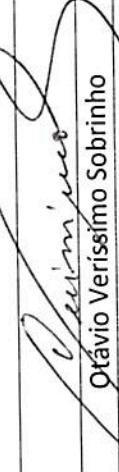
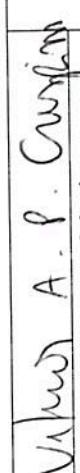



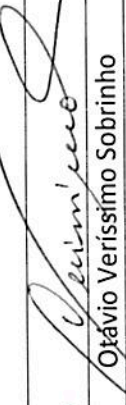

AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
TEMA:	Agente DF	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
Quesito	Subquesito			1	2	3		
	Subquesito 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	5	5	5	5	
	Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	14	14,5	14,5	14,3	
	Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	19	18	19	18,6	
	Subquesito 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	19	19	19	19	
				57	56,5	57,5	57	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Víthor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS								COLOCAÇÃO 2
	Antônio Mário Tenreiro Júnior	Otávio Veríssimo Sobrinho					Víthor Augusto P. Crispim	


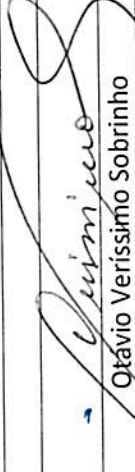
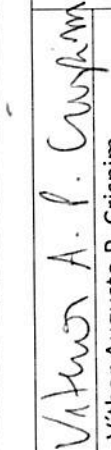
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
TEMA:	SOS DF: Ação é o faz a gente acelerar.			Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
Quesito	Subquesto	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	1	2	3		
	Subquesto 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	3	3	3	3	
	Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	10	12	12	11,3	
	Subquesto 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	10	18	16	14,6	
	Subquesto 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	16	18	17	17,3	
				46	48	48	47,33	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Vítor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS				Vítor Augusto P. Crispim				COLOCAÇÃO 8
	Antônio Mário Tenreiro Júnior	Otávio Veríssimo Sobrinho	Vítor Augusto P. Crispim	Vítor Augusto P. Crispim				


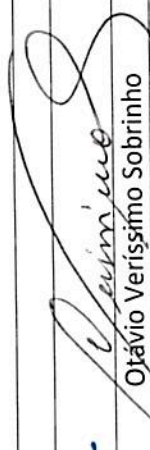

AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES			
TEMA:	GDF em tempo real	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final
Quesito	Subquesito			1	2	3	
	Subquesito 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	5	4	4	4,3
	Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	11	13	13	12,3
	Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	16	17	15,5	16,1
	Subquesito 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	17	17	16	16,6
				49	51	48,5	49,5
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior						
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho						
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim						
ASSINATURAS	  						
	Antônio Mário Tenreiro Júnior						COLOCAÇÃO
	Vithor Augusto P. Crispim						7


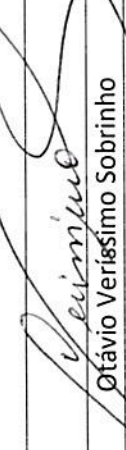
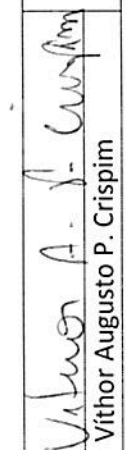
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
TEMA:	Subquesto	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
	Subquesto 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	5	5	5	5	
	Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	14	14	14,5	14,1	
	Subquesto 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	16	18	18	17,3	
	Subquesto 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	16	17	17	16,6	
				51	54	54,5	53,16	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior			 Otávio Veríssimo Sobrinho				
							COLOCAÇÃO 4	


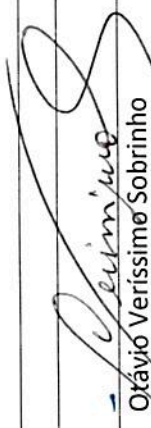
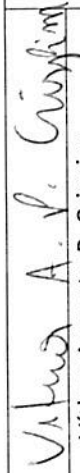
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES					
TEMA:	Subquesto	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final		
	Subquesto 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	5	5	5	5		
	Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	15	15	15	15		
	Subquesto 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	20	20	19,5	19,8		
	Subquesto 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	20	19,5	20	19,8		
				60	59,5	59,5	59,66		
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior								
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho								
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim								
ASSINATURAS		Antônio Mário Tenreiro Júnior			Otávio Veríssimo Sobrinho			Vithor Augusto P. Crispim	COLOCAÇÃO 1


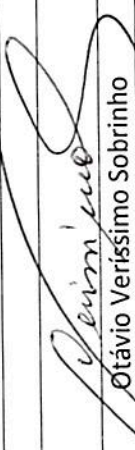
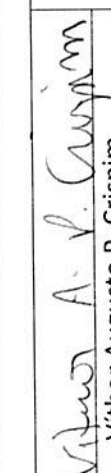
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES			
TEMA:	É tempo de agir, juntos.						
Quesito	Subquesto	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final
	Subquesto 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	5	5	5	5
	Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	10	10	10	10
	Subquesto 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	10	10	10	10
	Subquesto 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	12	10	11	11
				37	35	36	36
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior						
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho						
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim						
ASSINATURAS	   Antônio Mário Tenreiro Júnior Otávio Veríssimo Sobrinho Vithor Augusto P. Crispim						
							COLOCAÇÃO 14




AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
TEMA:	SOS DF e você. Multiplicando resultados.							
Quesito	Subquesto	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
	Subquesto 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	5	5	5	5	
	Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	10	10	10	10	
	Subquesto 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	12	10	10	10,6	
	Subquesto 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	10	10	10	10	
				37	35	35	35,66	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Vítvor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS				Vítvor Augusto P. Crispim				COLOCAÇÃO 15
	Antônio Mário Tenreiro Júnior	Otávio Veríssimo Sobrinho	Vítvor Augusto P. Crispim	Vítvor Augusto P. Crispim				


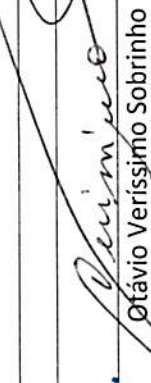
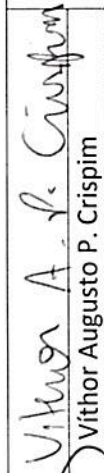
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
TEMA:	#Eufaçoparte	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
Quesito	Subquesito			1	2	3		
	Subquesito 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	4	5	5	4,6	
	Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	14	13	13,5	13,5	
	Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	10	12	12	11,3	
	Subquesito 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	10	12	12	11,3	
				38	42	42,5	40,8	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS								COLOCAÇÃO 12
	Antônio Mário Tenreiro Júnior	Otávio Veríssimo Sobrinho					Vithor Augusto P. Crispim	




AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
TEMA:	Agora, você vai participar, acompanhar e fiscalizar.			Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
Quesito	Subquesto	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	1	2	3		
	Subquesto 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	5	5	5	5	
	Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	10	9	10	9,6	
	Subquesto 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	16	14	15	15	
	Subquesto 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	12	14	14	13,3	
				43	42	44	43	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS								COLOCAÇÃO 10
	Antônio Mário Tenreiro Júnior	Otávio Veríssimo Sobrinho	Vithor Augusto P. Crispim					


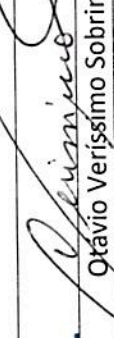
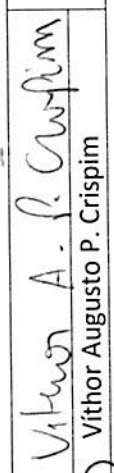
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
TEMA: Quesito	Seu pedido vai, a solução vem. Subquesto	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador	Avaliador	Avaliador	Avaliador	Média final
				1	2	3	5	
	Subquesto 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	5	5	5	5	5
	Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	13	13	12,5	12,8	12,8
	Subquesto 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	16	16	16	16	16
	Subquesto 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	20	18	18,5	18,8	18,8
				54	52	52	52,66	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Víthor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior		 Otávio Veríssimo Sobrinho		 Víthor Augusto P. Crispim		COLOCAÇÃO 5	

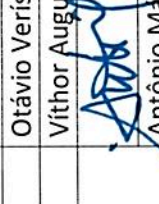
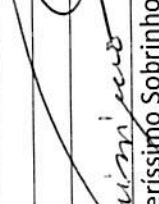
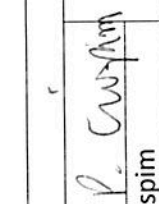
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES			
TEMA:	#Tamojunto	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final
Quesito	Subquesito			5	5	5	5
	Subquesito 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	14	15	14,5	14,5
	Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	18	16	17	17
	Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	18	19	19	18,6
	Subquesito 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	55	55	55,5	55,16
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior						
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho						
AVALIADOR 3	Víthor Augusto P. Crispim						
ASSINATURAS	   Antônio Mário Tenreiro Júnior Otávio Veríssimo Sobrinho Víthor Augusto P. Crispim						
							COLOCAÇÃO 3


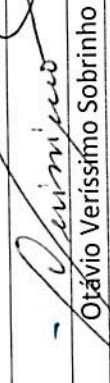
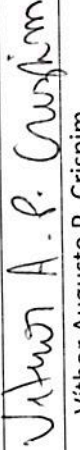
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES			
TEMA:	#Tamojunto - game	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final
Quesito	Subquesito			1	2	3	
	Subquesito 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	3	5	5	4,3
	Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	14	13	13	13,3
	Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	10	12	13	11,6
	Subquesito 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	10	12	13	11,6
				37	42	44	41
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior						
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho						
AVALIADOR 3	Víthor Augusto P. Crispim						
ASSINATURAS	  						
	Antônio Mário Tenreiro Júnior		Otávio Veríssimo Sobrinho		Víthor Augusto P. Crispim		COLOCAÇÃO 11

AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)			PONTUAÇÃO AVALIADORES				
TEMA:	Juntos e conectados para cuidar da nossa cidade.		Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final
Quesito	Subquesito	Pontuação Máxima		1	2	3	
	Subquesito 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	4	5	5	4,6
	Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	13	13	13	13
	Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	15	16	15,5	15,5
	Subquesito 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	18	16	15,5	16,5
				50	50	49	49,66
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior						
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho						
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim						
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior		 Otávio Veríssimo Sobrinho		 Vithor Augusto P. Crispim		COLOCAÇÃO 6

AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
TEMA:	AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)			Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
Quesito	Sua reclamação vira solução	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	1	2	3		
	Subquesto 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	1,5	1,5	1,5	1,5	
	Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	10	9	9	9,3	
	Subquesto 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	8	8	7	7,6	
	Subquesto 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	10	8	8	8,6	
				29,5	26,5	25,5	27,16	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior			 Otávio Veríssimo Sobrinho				 Vithor Augusto P. Crispim
							COLOCAÇÃO 16	

AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES			
TEMA:	Meu DF	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final
Quesito	Subquesito			1	2	3	
	Subquesito 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	3	3	3	3
	Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	13	13	13	13
	Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	12	14	14	13,3
	Subquesito 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	10	12	11	11
				38	42	41	40,33
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior						
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho						
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim						
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior		 Otávio Veríssimo Sobrinho		 Vithor Augusto P. Crispim		COLOCAÇÃO 13

AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)			PONTUAÇÃO AVALIADORES				
TEMA:	O GDF foi lá e fez			Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final
Quesito	Subquesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	1	2	3	
	Subquesito 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	5	5	5	5
	Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	14	14	14	14
	Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	17	18	18	17,6
	Subquesito 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	10	10	8	9,3
				46	47	45	46
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior						
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho						
AVALIADOR 3	Víthor Augusto P. Crispim						
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior		 Otávio Veríssimo Sobrinho		 Víthor Augusto P. Crispim		COLOCAÇÃO 9

AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES			
TEMA:	SOS DF - Um jogo de cidadania.			Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Nota final
Quesito	Subquesto	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	1	2	3	
	Subquesto 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	0	0	0	0
	Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	0	0	0	0
	Subquesto 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	0	0	0	0
	Subquesto 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	0	0	0	0
GERAL				0	0	0	0
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior						
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho						
AVALIADOR 3	Víthor Augusto P. Crispim						
ASSINATURAS							
	Antônio Mário Tenreiro Júnior	Otávio Veríssimo Sobrinho	Víthor Augusto P. Crispim				
							COLOCAÇÃO 17

01/02/2025

Antônio Mário Tenreiro Júnior



Otávio Veríssimo Sobrinho



Víthor Augusto P. Crispim



GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO
SUBCOMISSÃO TÉCNICA – CONCORRÊNCIA 002/2019 - SECOM

Esta Subcomissão Técnica iniciada em 28 de novembro de 2019, formada pelos representantes Antônio Mário Tenreiro Júnior, Otávio Veríssimo Sobrinho e Víthor Augusto Pedrosa Crispim, designados pela Portaria/SECOM-DF nº 29 de 05 de junho de 2019, analisou os quesitos e subquesitos apresentados pelos licitantes, conforme descrito em edital, referentes ao Plano de Comunicação Digital apresentados na Concorrência nº 02/2019-SECOM/DF.

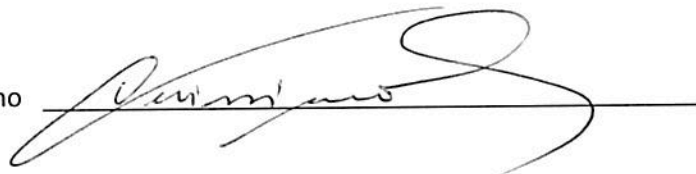
Destacamos que a Pasta do tema “SOS DF – Um jogo de cidadania” foi apresentada com identificação e, portanto, não foi analisada, por não cumprir os requisitos presentes no item 2.5 do apêndice II do anexo I do edital.

A Subcomissão Técnica encerrou-se em 13 de dezembro de 2019.

Antônio Mário Tenreiro Júnior



Otávio Veríssimo Sobrinho



Víthor Augusto P. Crispim



GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO
SUBCOMISSÃO TÉCNICA – CONCORRÊNCIA 002/2019 - SECOM

Fica estabelecida, a ordem de classificação das propostas a partir da média final de cada uma delas, após análise dos quesitos e subquesitos previstos em edital, referentes à Capacidade de Atendimento e aos Relatos de Soluções de Comunicação Digital apresentados na Concorrência nº 02/2019-SECOM/DF.

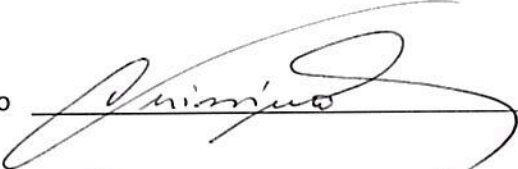
Segue em anexo documento com detalhamento das notas de cada licitante.

Tema	Média Final	Colocação
Agenciaticlick Midia Interativa S.A.	39,66	1
Monumenta Comunicação E Estratégias Sociais Ltda	37	2
Talk comunicação Interativa Ltda	36	3
L2W3 Digital Ltda	35,66	4
Clara Serviços Integrados de Vídeo, Conteúdo e Web	35,66	5
FSB Comunicação e Planejamento Estratégico Ltda	35	6
EBM Quintto Comunicação Ltda	34,33	7
CDN Comunicação Corporativa Ltda	32,66	8
Partners Comunicação Integrada	32,33	9
Digital consultoria e Publicidade Ltda	32	10
Informe Comunicação Integrada	32	11






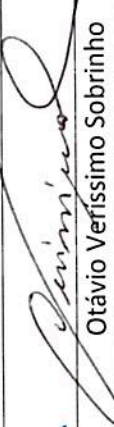
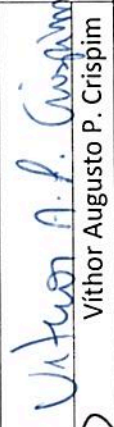
SS		
Wavez Promoção E Comunicação Digital Ltda ME	31,66	12
Compet Marketing E Comunicação Ltda	31,33	13
Capuccino Escritório de Desenho Ltda	31	14
Fields Comunicação Ltda	30,66	15
R Comunicação E Marketing Ltda	22	16


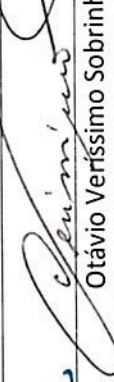

Antônio Mário Tenreiro Júnior _____



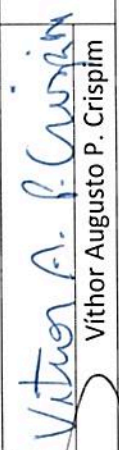
Otávio Veríssimo Sobrinho  _____

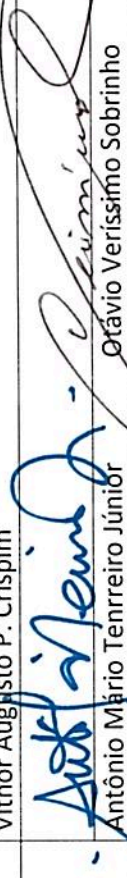


Víthor Augusto P. Crispim  _____


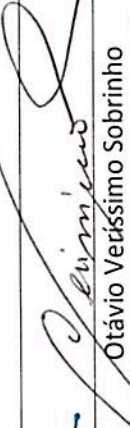

AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
Agência	Quesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
Agenciack Mídia Interativa S.A.								
Quesito 2 – Capacidade de Atendimento	Relação dos principais clientes	5	a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação digital e o período de atendimento a cada um;	5	5	5	5	
	Quantificação e qualificação dos profissionais	5	b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação digital e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do Contratante;	5	4	5	4,66	
	Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante.	5	c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao Contratante na execução do contrato;	5	5	5	5	
	Sistemática operacional de atendimento.	5	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante.	5	5	5	5	
Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital	20	20	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação digital em cada relato;	20	20	20	20	
			b) a demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;					
			c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos;					
			d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente;					
			e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.					
GERAL				40	39	40	39,66	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Vítthor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS								COLOCAÇÃO 1
	Antônio Mário Tenreiro Júnior	Otávio Veríssimo Sobrinho					Vítthor Augusto P. Crispim	


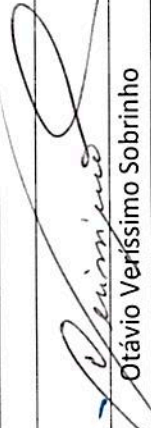
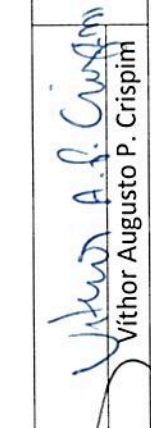
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
Agência	Monumenta Comunicação E Estratégias Sociais Ltda	Quesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final
Quesito 2 – Capacidade de Atendimento	Relação dos principais clientes	5	a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação digital e o período de atendimento a cada um;	4	5	5	4,66	
	Quantificação e qualificação dos profissionais	5	b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação digital e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do Contratante;	5	5	5	5	
	Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante.	5	c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao Contratante na execução do contrato;	5	5	5	5	
	Sistemática operacional de atendimento.	5	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante.	4	4	4	4	
Quesito 3	Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital	20	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação digital em cada relato; b) a demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos; d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente; e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.	18	19	18	18,33	
				GERAL	36	38	37	37
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Vítor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior		 Otávio Veríssimo Sobrinho		 Vítor Augusto P. Crispim		COLOCAÇÃO 2	


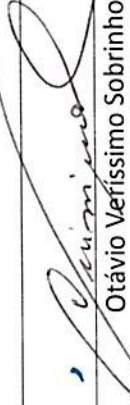
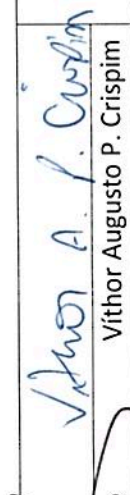
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES						
Agência	Talk comunicação Interativa Ltda			Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média final	
Quesito 2 – Capacidade de Atendimento	Quesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	5	5	4	4	5	4,33	
	Relação dos principais clientes	5	a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação digital e o período de atendimento a cada um;	5	4	4	4	5	4	
	Quantificação e qualificação dos profissionais	5	b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação digital e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do Contratante;	4	3	5	5	4	4	
	Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante.	5	c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao Contratante na execução do contrato;	4	4	4	4	5	4	
	Sistemática operacional de atendimento.	5	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante.	5	5	5	5	5	5	
Quesito 3	Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital	20	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação digital em cada relato; b) a demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos; d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente; e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.	20	17	19			18,66	
GERAL				38	33	37			36	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior									
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho									
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim									
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior			 Otávio Veríssimo Sobrinho			 Vithor Augusto P. Crispim			COLOCAÇÃO 3


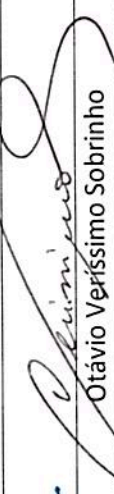

AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)			PONTUAÇÃO AVALIADORES					
Agência	Quesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
L2W3 Digital Ltda	Relação dos principais clientes	5	a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação digital e o período de atendimento a cada um;	4	5	5	4,66	
	Quantificação e qualificação dos profissionais	5	b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação digital e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do Contratante;	5	4	4	4,33	
	Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante.	5	c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao Contratante na execução do contrato;	4	5	4	4,33	
	Sistemática operacional de atendimento.	5	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante.	4	3	4	3,66	
Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital		20	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação digital em cada relato; b) a demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos; d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente; e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.	17	20	19	18,66	
GERAL				34	37	36	35,66	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior			 Otávio Veríssimo Sobrinho				COLOCAÇÃO 4
	 Vithor Augusto P. Crispim							



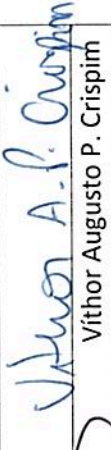
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES						
Agência	Clara Serviços Integrados de Vídeo, Conteúdo e Web			Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Avaliador 5	Média final	
Quesito 2 – Capacidade de Atendimento	Quesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	5	5	4	4	5	4,33	
	Relação dos principais clientes	5	a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação digital e o período de atendimento a cada um;	5	4	4	4	5	4,33	
	Quantificação e qualificação dos profissionais	5	b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação digital e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do Contratante;	4	3	3	3	4	3,66	
	Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante.	5	c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao Contratante na execução do contrato;	3	4	4	4	5	3,66	
	Sistemática operacional de atendimento.	5	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante.	5	5	5	5	5	5	
Quesito 3	Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital	20	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação digital em cada relato; b) a demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos; d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente; e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.	19	20	19	19	19	19,33	
GERAL				36	36	35	35	35	35,66	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior									
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho									
AVALIADOR 3	Víthor Augusto P. Crispim									
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior			 Otávio Veríssimo Sobrinho			 Víthor Augusto P. Crispim			COLOCAÇÃO
									5	



AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)			PONTUAÇÃO AVALIADORES			
Agência	FSB Comunicação e Planejamento Estratégico Ltda		Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final
	Quesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo			
Quesito 2 – Capacidade de Atendimento	Relação dos principais clientes	5	4	5	4	4,33
	Quantificação e qualificação dos profissionais	5	5	4	4	4,33
	Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante.	5	4	4	4	4
	Sistemática operacional de atendimento.	5	4	4	4	4
Quesito 3	Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital	20	17	19	19	18,33
			a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação digital em cada relato; b) a demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos; d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente; e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.			
GERAL			34	36	35	35
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior					
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho					
AVALIADOR 3	Víthor Augusto P. Crispim					
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior		 Otávio Veríssimo Sobrinho		 Víthor Augusto P. Crispim	
			COLOCAÇÃO		6	



AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)			PONTUAÇÃO AVALIADORES				
Agência	EBM Quintto Comunicação Ltda						
	Quesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final
Quesito 2 – Capacidade de Atendimento	Relação dos principais clientes	5	a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação digital e o período de atendimento a cada um;	4	4	4	4
	Quantificação e qualificação dos profissionais	5	b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação digital e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do Contratante;	4	4	4	4
	Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante.	5	c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao Contratante na execução do contrato;	4	5	4	4,33
	Sistemática operacional de atendimento.	5	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante.	4	4	4	4
Quesito 3	Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital	20	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação digital em cada relato; b) a demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos; d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente; e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.	17	19	18	18
			GERAL	33	36	34	34,33
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior						
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho						
AVALIADOR 3	Víthor Augusto P. Crispim						
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior						
	 Otávio Veríssimo Sobrinho						
	 Víthor Augusto P. Crispim						
	COLOCAÇÃO						7



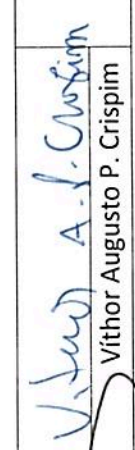
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
Agência	CDN Comunicação Corporativa Ltda			Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Média final
Quesito	Quesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	1	2	3	4	
Quesito 2 – Capacidade de Atendimento	Relação dos principais clientes	5	a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação digital e o período de atendimento a cada um;	3	4	4	4	11
	Quantificação e qualificação dos profissionais	5	b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação digital e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do Contratante;	4	4	4	4	4
	Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante.	5	c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao Contratante na execução do contrato;	4	5	4	4	4,33
	Sistemática operacional de atendimento.	5	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante.	4	4	5	5	4,33
Quesito 3	Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital	20	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação digital em cada relato; b) a demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos; d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente; e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.	17	16	16	16	16,33
GERAL				32	33	33	33	32,66
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior		 Otávio Veríssimo Sobrinho		 Vithor Augusto P. Crispim		COLOCAÇÃO 8	


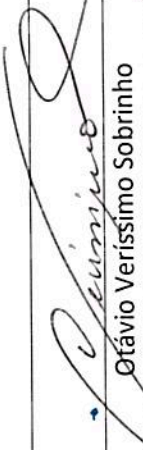
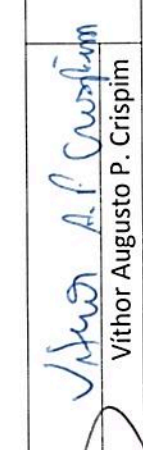
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
Agência	Partners Comunicação Integrada			Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Média final
	Quesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	1	2	3	4	
Quesito 2 – Capacidade de Atendimento	Relação dos principais clientes	5	a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação digital e o período de atendimento a cada um;	4	4	4	4	4
	Quantificação e qualificação dos profissionais	5	b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação digital e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do Contratante;	5	3	4	4	4
	Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante.	5	c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao Contratante na execução do contrato;	4	4	4	4	4
	Sistemática operacional de atendimento.	5	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante.	4	5	4	4	4,33
Quesito 3	Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital	20	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação digital em cada relato; b) a demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos; d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente; e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.	17	15	16	16	16
GERAL				34	31	32	32	32,33
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Vítor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS		Antônio Mário Tenreiro Júnior						
		Otávio Veríssimo Sobrinho						
		Vítor Augusto P. Crispim						
		COLOCAÇÃO 9						


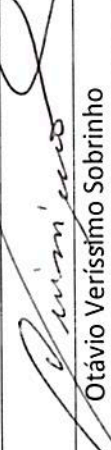

AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
Agência	Digital consultoria e Publicidade Ltda			Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
Quesito	Quesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	1	2	3		
Quesito 2 – Capacidade de Atendimento	Relação dos principais clientes	5	a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação digital e o período de atendimento a cada um;	3	4	3	3,33	
	Quantificação e qualificação dos profissionais	5	b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação digital e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do Contratante;	4	4	4	4	
	Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante.	5	c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao Contratante na execução do contrato;	3	3	3	3	
	Sistemática operacional de atendimento.	5	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante.	4	4	4	4	
Quesito 3	Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital	20	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação digital em cada relato; b) a demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos; d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente; e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.	18	16	19	17,66	
GERAL				32	31	33	32	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior			 Otávio Veríssimo Sobrinho				COLOCAÇÃO 10
				 Vithor Augusto P. Crispim				




AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES					
Agência	Informe Comunicação Integrada SS			Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Avaliador 4	Média final	
	Quesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	1	2	3	4		
Quesito 2 – Capacidade de Atendimento	Relação dos principais clientes	5	a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação digital e o período de atendimento a cada um;	4	5	5	4	4,6	
	Quantificação e qualificação dos profissionais	5	b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação digital e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do Contratante;	3	4	4	4	3,66	
	Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante.	5	c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao Contratante na execução do contrato;	4	4	4	4	4	
	Sistemática operacional de atendimento.	5	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante.	4	3	4	4	3,66	
Quesito 3	Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital	20	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação digital em cada relato; b) a demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos; d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente; e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.	18	15	15	15	16	
GERAL				33	31	32	32	32	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior								
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho								
AVALIADOR 3	Vítor Augusto P. Crispim								
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior			 Vítor Augusto P. Crispim					COLOCAÇÃO 11

AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
Agência	Wavez Promoção E Comunicação Digital Ltda ME			Avaliador	Avaliador	Avaliador	Média final	
	Quesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	1	2	3		
Quesito 2 – Capacidade de Atendimento	Relação dos principais clientes	5	a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação digital e o período de atendimento a cada um;	3	4	4	3,66	
	Quantificação e qualificação dos profissionais	5	b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação digital e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do Contratante;	3	4	4	3,66	
	Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante.	5	c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao Contratante na execução do contrato;	3	4	3	3,33	
	Sistemática operacional de atendimento.	5	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante.	4	4	4	4	
Quesito 3	Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital	20	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação digital em cada relato; b) a demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos; d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente; e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.	18	15	18	17	
GERAL				31	31	33	31,66	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Víthor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior			 Otávio Veríssimo Sobrinho				COLOCAÇÃO 12

AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)			PONTUAÇÃO AVALIADORES					
Agência	Compet Marketing E Comunicação Ltda			Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
Quesito	Quesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	1	2	3		
Quesito 2 – Capacidade de Atendimento	Relação dos principais clientes	5	a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação digital e o período de atendimento a cada um;	4	4	4	4	
	Quantificação e qualificação dos profissionais	5	b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação digital e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do Contratante;	3	3	3	3	
	Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante.	5	c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao Contratante na execução do contrato;	4	3	3	3,33	
	Sistemática operacional de atendimento.	5	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante.	3	3	3	3	
Quesito 3	Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital	20	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação digital em cada relato; b) a demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos; d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente; e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.	19	17	18	18	
			GERAL	33	30	31	31,33	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Víthor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior			 Otávio Veríssimo Sobrinho				COLOCAÇÃO 13
				 Víthor Augusto P. Crispim				

AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
Agência	Capuccino Escritório de Desenho Ltda	Quesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final
Quesito 2 – Capacidade de Atendimento	Relação dos principais clientes	Relação dos principais clientes	5	a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação digital e o período de atendimento a cada um;	3	3	4	3,33
		Quantificação e qualificação dos profissionais	5	b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação digital e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do Contratante;	4	3	3	3,33
		Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante.	5	c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao Contratante na execução do contrato;	4	3	3	3,33
		Sistemática operacional de atendimento.	5	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante.	4	5	4	4,33
Quesito 3	Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital	20	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação digital em cada relato; b) a demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos; d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente; e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.	15	17	18	16,66	
GERAL				30	31	32	31	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Vítor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior		 Otávio Veríssimo Sobrinho		 Vítor Augusto P. Crispim		COLOCAÇÃO 14	

AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
Agência	Fields Comunicação Ltda	Pontuação Máxima		Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
Quesito	Quesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	1	2	3		
2 – Capacidade de Atendimento	Relação dos principais clientes	5	a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação digital e o período de atendimento a cada um;	4	3	4	3,66	
	Quantificação e qualificação dos profissionais	5	b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação digital e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do Contratante;	3	4	4	3,66	
	Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante.	5	c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao Contratante na execução do contrato;	3	4	4	3,66	
	Sistemática operacional de atendimento.	5	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante.	3	3	3	3	
3	Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital	20	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação digital em cada relato; b) a demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos; d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente; e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.	17	17	16	16,66	
GERAL				30	31	31	30,66	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Víthor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS								COLOCAÇÃO 15
	Antônio Mário Tenreiro Júnior	Otávio Veríssimo Sobrinho					Víthor Augusto P. Crispim	

AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)			PONTUAÇÃO AVALIADORES				
Agência	R Comunicação E Marketing Ltda						
Quesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
Quesito 2 – Capacidade de Atendimento	5	a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação digital e o período de atendimento a cada um;	3	3	3	3	
	5	b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação digital e a adequação das qualificações e qualificações desses profissionais às necessidades do Contratante;	2	3	2	2,33	
	5	c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao Contratante na execução do contrato;	3	1	1	1,66	
	5	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante.	3	1	1	1,66	
Quesito 3	20	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação digital em cada relato; b) a demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente; c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos; d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente; e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.	13	13	14	13,33	
GERAL			24	21	21	22	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior						
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho						
AVALIADOR 3	Víthor Augusto P. Crispim						
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior		 Otávio Veríssimo Sobrinho		 Víthor Augusto P. Crispim		
			COLOCAÇÃO 16				

Antônio Mário Tenreiro Júnior



Otávio Veríssimo Sobrinho



Vithor Augusto P. Crispim

