

Ata das reuniões de análise do Plano de Comunicação Institucional pela Subcomissão Técnica

(Invólucro 2)

Aos vinte e três dias (23) do mês de outubro do ano de dois mil e vinte e cinco (2025), às 9 horas, foram entregues 6 (seis) pastas fechadas, condicionadas em uma caixa lacrada e rubricada, contendo os documentos referentes à proposta técnica (invólucro nº 2) da Concorrência nº 90001/2025, cujo objeto é a contratação de serviço de Comunicação Institucional para o Ministério da Fazenda, ao Sr. Cid Antonio Paraguassu de Andrade Júnior, membro da Subcomissão Técnica de Licitação, designada pela Portaria SGTO/SE/MF Nº 2327, de 14 de outubro de 2025, publicada no Boletim de Pessoal e Serviços - e-BPS do Ministério da Fazenda.

Todas as propostas encontravam-se lacradas e foram entregues pela Comissão Especial de Licitação no Edifício CNC, SAUN Quadra 05, Torre D, 18º andar, sala 1800 - Asa Norte, Brasília – DF.


Em seguida, a subcomissão técnica, formada pelos servidores com vínculo Sra. Rosimeri Veronez, matrícula SIAPE nº 01789031 (1º membro efetivo) e Sr. Cid Antonio Paraguassu de Andrade Junior, matrícula SIAPE nº 3323901 (2º membro efetivo), e pelo servidor sem vínculo Renam Vinícios Carvalho Santos Brandão, matrícula SIAPE nº 1418032 (membro efetivo), iniciou os trabalhos.

A reunião foi interrompida às 19 horas e recomeçou aos vinte e quatro dias (24) do mês de outubro de 2025, às 9 horas, no mesmo local e com os mesmos participantes. Foi novamente interrompida às 18 horas, e recomeçou aos vinte e oito dias (28) de outubro de 2025, às 8 horas, no mesmo local, e com os mesmos participantes, e terminou às 19 horas.

A quarta parte da reunião foi retomada aos vinte e nove dias (29) do mês outubro de 2025, às 9 horas, com os mesmos participantes, e foi interrompida às 19 horas. A quinta, e ultima parte, foi retomada aos trinta dias (30) do mês de outubro de 2025, às 9h, e foi concluída às 13:30.

Após análise das propostas pelos membros da Subcomissão Técnica, chegou-se aos resultados apresentados na tabela abaixo.

As notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica, bem com como suas justificativas, seguem nas planilhas anexadas.



Quesito 1 - Plano de Comunicação Institucional

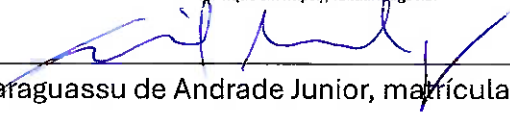
Pasta	Conceito	Nota média
1	Economia de verdade	60,51
2	Cada um pagando o que é justo, a conta fecha	63,02
3	O Ministério da Fazenda cuida do Brasil para todos	69,86
4	Do lado do brasileiro para o Brasil ir mais longe	65,92
5	Gerir as contas com equilíbrio para gerar desenvolvimento	65,94
6	Economia com propósito	76,26

Nada a mais a registrar em Ata, os membros da Subcomissão Técnica encerraram a reunião de análise dos Planos de Comunicação Institucional das 6 (seis) proponentes às 13:30, sendo que esta ATA, após lida e achada conforme, foi assinada pelos três membros da Subcomissão Técnica.

Documento assinado digitalmente
gov.br ROSIMERI VERONEZ
Data: 30/10/2025 13:35:12-0300
Verifique em <https://validar.ti.gov.br>


Rosimeri Veronez, matrícula SIAPE nº 01789031




Documento assinado digitalmente
gov.br CID ANTONIO PARAGUASSU DE ANDRADE JUNIOR
Data: 30/10/2025 13:28:08-0300
Verifique em <https://validar.ti.gov.br>


Cid Antonio Paraguassu de Andrade Junior, matrícula SIAPE nº 3323901

Documento assinado digitalmente
gov.br RENAM VINICIUS CARVALHO SANTOS BRANDAO
Data: 30/10/2025 13:21:34-0300
Verifique em <https://validar.ti.gov.br>


Renam Vinicius Carvalho Santos Brandão, matrícula SIAPE nº 1418032

CONCORRÊNCIA Nº 900001/2025 - MINISTÉRIO DA FAZENDA - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - VIA NÃO IDENTIFICADA						
CONCEITO	EMPRESA	RACÍONIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO	TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL
Economia de Verdade	1	9	24	17,5	10,01	60,51
Cada um pagando o que é justo essa conta fecha	2	8,83	24	17,93	12,26	63,02
O Ministério da Fazenda cuida do Brasil para todos	3	8,67	27	20,43	13,76	69,86
Do lado do brasileiro para o Brasil ir mais longe	4	9,17	25,5	18,75	12,5	65,92
Gerir as contas com equilíbrio para gerar desenvolvimento	5	8,5	24	20,43	13,01	65,94
Economia com propósito	6	9,5	28,5	23,75	14,51	76,26

INTEGRANTE 1	INTEGRANTE 2	INTEGRANTE 3
Rosimeri Veronez	Cid Andrade	Renam Brandão
<p>Documento assinado digitalmente</p> <p>ROSIMERI VERONEZ</p> <p>Data: 30/10/2025 13:35:12-0300</p> <p>Verifique em https://validar.iti.gov.br</p> 	<p>Documento assinado digitalmente</p> <p>CID ANTONIO PARAGUASSU DE ANDRADE JUNNI</p> <p>Data: 30/10/2025 13:28:08-0300</p> <p>Verifique em https://validar.iti.gov.br</p> 	<p>Documento assinado digitalmente</p> <p>RENAM VINICIUS CARVALHO SANTOS BRANDAO</p> <p>Data: 30/10/2025 13:21:34-0300</p> <p>Verifique em https://validar.iti.gov.br</p> 

CONCORRÊNCIA Nº 900001/2025 - MINISTÉRIO DA FAZENDA - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - VIA NÃO IDENTIFICADA											
Nº	1	CONCEITO	Economia de Verdade				PERÍODO: 23/10/2025 a 29/10/2025				
			FAIXA DE NOTAS	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	ROSIMERI VERONEZ	CID ANDRADE	RENAM BRANDAO	MÉDIA	MÉDIA PONDERADA	JUSTIFICATIVAS
1.1		RACIOCÍNIO BÁSICO	0,1 a 10,0	1	10	9	8,5	9,5	9	9	Fez boa leitura do papel da ASCOM. Foi básico e coerente nas análises sobre as características da ASCOM e sua inserção contextual. Trouxe informações extras para construção de um bom diagnóstico, organizando o raciocínio que a Comunicação deve seguir para atender as expectativas de cada público, contrapondo levantamentos realizados aos objetivos específicos e meios para alcançá-los.
1.2		ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	0,1 a 10,0	3	30	8,5	8	7,5	8	24	Defesa de estratégia bem-conceituada. Sugere um modelo inovador para a avaliação das pautas da Fazenda, mas a proposta não avança na defesa de pontos centrais de conteúdo a abordar, o que torna as diretrizes editoriais apresentadas abrangentes demais. Propõe uma campanha ancorada no combate à desinformação que, apesar de ser necessária presente e recorrente nos dias de hoje, não é um tema econômico em si e, portanto, não encerra todos os desafios de comunicação.
1.3		SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	0,1 a 10,0	2,5	25	8	6,5	6,5	7	17,5	Raciocínio e Estratégia provocam sobre a necessidade de mudança na forma de abordagem da comunicação, mas isso não se reflete nas peças apresentadas. O conceito apresentado foi exemplificado de forma quase exclusiva com foco de combate a desinformação, restringindo muito o entendimento do que são os objetivos de comunicação do MF. As ações e materiais são funcionais, exequíveis, estão dentro do investimento disponível, mas não respondem de forma eficaz às necessidades de comunicação do MF.
1.4		PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO	0,1 a 10,0	1,5	15	7,5	6	6,5	6,67	10,01	O cronograma de implementação está baseado nos valores abarcados, apresenta plano de continuidade, atende de forma limitada às necessidades dos públicos-alvo. Não conseguiu demonstrar com clareza a eficiência do plano, por não abranger a totalidade dos desafios da comunicação do MF.
TOTAIS										60,51	

ROSIMERI VERONEZ CID ANDRADE RENAM BRANDAO

Documento assinado digitalmente
ROSIMERI VERONEZ
 Data: 30/10/2025 13:55:12-0300
 Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Documento assinado digitalmente
CID ANTONIO PARAGUASSU DE ANDRADE JUNIOR
 Data: 30/10/2025 13:26:07-0300
 Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Documento assinado digitalmente
RENAM VINICIUS CARVALHO SANTOS BRANDAO
 Data: 30/10/2025 13:21:34-0300
 Verifique em <https://validar.iti.gov.br>





CONCORRÊNCIA Nº 900001/2025 - MINISTÉRIO DA FAZENDA - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - VIA NÃO IDENTIFICADA											
Nº	2	CONCEITO	FAIXA DE NOTA	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS	
						ROSIMERI VERONEZ	CID ANDRADE	RENAM BRANDÃO	MÉDIA PONDERADA		
1.1		RACIOCÍNIO BÁSICO	0,1 a 10,0	1	10	9,5	8	9	8,83	8,83	Boa leitura sobre o papel da ASCOM, mas sem expandir visão, idem para características e especificidades do seu papel. Em diagnóstico apresenta dados de levantamento e pesquisa realizada, define bem a relação com diferentes públicos, mas não extrapola no seu raciocínio os objetivos que já constam do briefing.
1.2		ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	0,1 a 10,0	3	30	9	7,5	7,5	8	24	Defesa de estratégia bem-conceituada. Ponto de atenção sobre o fato de que a linguagem de redes não é o único meio para uma série de demandas que existem e seguiu existindo, sobretudo considerando todos os públicos de relacionamento. O conceito é bem aplicado para uma campanha específica, mas não oferece extensão a todos os temas da Fazenda, sem encerrar todos os desafios de comunicação. Apresenta visão limitada de público e ações em "o que/quando/como fazer". Recursos e instrumentos limitados ao que já existe. Reafirma as metas do desafio, mas não apresenta a forma de atingi-las.
1.3		SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	0,1 a 10,0	2,5	25	7,5	7	7	7,17	17,93	De modo geral ações e materiais respondem a necessidades da comunicação da Fazenda, mas não de forma estruturada. Apesar de toda a defesa da necessidade de adaptação da linguagem para redes, da abordagem sobre a importância de falar "simples", e diretamente com beneficiários, as peças exemplificadas não mostram diferenciação marcante nesse caminho. O conceito possibilita algumas interpretações e usos, mas ainda assim de forma limitada a alguns temas, não sendo abrangente o suficiente para o conjunto de ações que precisaria ancorar. As ações são executáveis e funcionais, mas não oferecem inovação.
1.4		PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO	0,1 a 10,0	1,5	15	9	7,5	8	8,17	12,26	A licitante apresentou uma estratégia para a continuidade do plano institucional. Também estabeleceu linhas de ação para comunicação das medidas conduzidas pelo Ministério da Fazenda, com o uso de diferentes produtos para cada canal. No plano de implementação indicou uso de metodologias de gestão de projetos, acompanhamento e emprego de ferramentas digitais, todavia a apresentação evidencia a dificuldade de uma proposta deficitária quanto à sua estrutura de implementação.
TOTALS										63,02	

ROSIMERI VERONEZ Documento assinado digitalmente **RENAM BRANDÃO** Documento assinado digitalmente

CID ANDRADE Documento assinado digitalmente
CID ANTONIO PARAGIMASSU DE ANDRADE JUNI Documento assinado digitalmente
 Data: 30/10/2025 13:25:25-0300
 Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

RENAM BRANDÃO Documento assinado digitalmente
RENAM VINICIUS CARVALHO SANTOS BRANDAO Documento assinado digitalmente
 Data: 30/10/2025 13:16:56-0300
 Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

ROSIMERI VERONEZ Documento assinado digitalmente
 Data: 30/10/2025 13:33:13-0300
 Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

RENAM BRANDÃO Documento assinado digitalmente
 Data: 30/10/2025 13:16:56-0300
 Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Rosimiri Veronez

[Assinatura]

[Assinatura]

CONCORRÊNCIA Nº 900001/2025 - MINISTÉRIO DA FAZENDA - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - VIA NÃO IDENTIFICADA

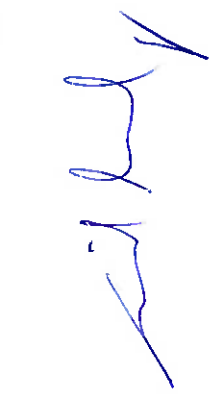
Nº	CONCEITO	O Ministério da Fazenda cuida do Brasil para todos				29/10/2025				
		NOTAS SUBCOMISSÃO			MÉDIA PONDERADA	JUSTIFICATIVAS	MÉDIA	MÉDIA		
QUESITOS 1: PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	FAIXA DE NOTA	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	ROSIMERI VERONEZ					CID ANDRADE	RENAM BRANDÃO
1.1	RACIOCÍNIO BÁSICO	0,1 a 10,0	1	10	8,5	9	8,5	8,67	8,67	Fez boa análise sobre o papel da ASCOM, associando seus desafios em relação às áreas de atuação do ministério com públicos de relacionamento e frentes de trabalho, detalhando as necessidades de comunicação às quais deve responder. Mas não traz uma leitura própria em relação aos desafios de comunicação feitos no briefing.
1.2	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	0,1 a 10,0	3	30	8,5	9	9,5	9	27	Apresenta e defende de forma apropriada e detalhada as recomendações estratégicas. Constrói uma demonstração clara das abordagens com conceito, dimensões e mensagens, relacionando-as a diretrizes editoriais. Esquematiza e quantifica de forma didática as ações no formato o que fazer/quando e como, relacionando recursos e instrumentos com adequação e eficácia para atingir o público com viabilidade do orçamento. Considera as metas sugeridas no briefing, mas não detalha nessa análise a forma para atingi-las.
1.3	SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	0,1 a 10,0	2,5	25	7,5	9	8	8,17	20,43	Conjunto de ações bem estruturado e alinhado com o raciocínio apresentado e estratégia proposta, pertinentes com desafio e objetivos. Demonstrou capacidade de propor ações compatíveis com recursos próprios de comunicação. Ações com proposta de interatividade são adequadas ao público, funcionais e exequíveis. A exemplificação dos vídeos conformou um desvio em relação às outras peças.
1.4	PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO	0,1 a 10,0	1,5	15	9	9,5	9	9,17	13,76	Plano é adequado e se destaca na apresentação de ganhos de eficiência, criando bons parâmetros para gestão e avaliação dos resultados por ação. Como indicador da dimensão de continuidade, demonstrou o equilíbrio entre as ações do plano que envolvem objetivos pontuais e as ações que envolvem demandas cotidianas do Ministério.
TOTAIS										69,86

ROSIMERI VERONEZ	CID ANDRADE	RENAM BRANDÃO
-------------------------	--------------------	----------------------

gov.br
 Documento assinado digitalmente
ROSIMERI VERONEZ
 Data: 30/10/2025 13:23:13-0300
 Verifique em https://validar.iti.gov.br





vbr
 Documento assinado digitalmente
CID ANTONIO PARAGUASSU DE ANDRADE JUNI
 Data: 30/10/2025 13:25:25-0300
 Verifique em https://validar.iti.gov.br

gov.br
 Documento assinado digitalmente
RENAM VINICIUS CARVALHO SANTOS BRANDAO
 Data: 30/10/2025 13:19:56-0300
 Verifique em https://validar.iti.gov.br


CONCORRÊNCIA Nº 900001/2025 - MINISTÉRIO DA FAZENDA - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - VIA NÃO IDENTIFICADA

Nº	4	CONCEITO	FAIXA DE NOTA	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				MÉDIA PONDERADA	JUSTIFICATIVAS
						ROSIMERI VERONEZ	CID ANDRADE	RENAM BRANDÃO	MÉDIA		
1.1		RACIOCÍNIO BÁSICO	0,1 a 10,0	1	10	9,5	9	9	9,17	9,17	Perfeita análise sobre o papel da ASCOM, associando seus desafios em relação às áreas de atuação do ministério e suas diversas frentes. A licitante soube situar a ASCOM em vários cenários recorrentes do seu dia a dia, sinalizando o seu papel em cada contexto e mediante os principais públicos do MF. Realizou diagnóstico objetivo, que apesar de conciso, abrangeu diversos canais do Ministério.
1.2		ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	0,1 a 10,0	3	30	9	8	8,5	8,5	25,5	O documento apresenta um conjunto de diretrizes para a comunicação do Ministério da Fazenda (MF), buscando modernização através da segmentação de público, linguagem humanizada e foco no diálogo. Esquematiza e quantifica de forma didática as ações no formato o que fazer/quando e como, relacionando recursos e instrumentos com adequação e eficácia para atingir o público com viabilidade do orçamento. No geral, apresentou-se de forma ambiciosa, mas a abordagem proposta para o conteúdo não dialoga com o ciclo das reformas econômicas, como a Tributária.
1.3		SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	0,1 a 10,0	2,5	25	8,5	7	7	7,5	18,75	Demonstrou capacidade de propor ações pertinentes com a natureza do Ministério da Fazenda e compatíveis com recursos próprios de comunicação. A funcionalidade/exequibilidade das ações fica prejudicada em função do timing de aplicação do plano. Por exemplo, a abordagem proposta para o conteúdo não dialoga com a velocidade de entregas (com impacto direto na vida das pessoas) do Plano de Transformação Ecológica, o que pode gerar interpretações desfavoráveis.
1.4		PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO	0,1 a 10,0	1,5	15	8,5	8	8,5	8,33	12,5	O plano de implementação é adequado ao briefing em valores, demonstra atendimento aos diversos públicos da Fazenda e condizente com a estratégia proposta. Também estabeleceu linhas de ação para comunicação das medidas conduzidas pelo Ministério da Fazenda, com o uso de diferentes produtos para cada canal. O plano foi apresentado com encadeamento lógico.
TOTAIS										65,92	

<p>gobv Documento assinado digitalmente ROSIMERI VERONEZ Data: 30/10/2025 13:33:33-0300 Verifique em https://validar.it.gov.br</p> 	<p>vb Documento assinado digitalmente CID ANTONIO PARAGUASSU DE ANDRADE JUNIOR Data: 30/10/2025 13:25:25-0300 Verifique em https://validar.it.gov.br</p> 
<p>RENAM BRANDÃO Documento assinado digitalmente RENAM VINICIUS CARVALHO SANTOS BRANDAC Data: 30/10/2025 13:19:56-0300 Verifique em https://validar.it.gov.br</p> 	<p>RENAM BRANDÃO Documento assinado digitalmente RENAM VINICIUS CARVALHO SANTOS BRANDAC Data: 30/10/2025 13:19:56-0300 Verifique em https://validar.it.gov.br</p> 

CONCORRÊNCIA Nº 900001/2025 - MINISTÉRIO DA FAZENDA - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - VIA NÃO IDENTIFICADA

Nº	5	CONCEITO	Gerir as contas com equilíbrio para gerar desenvolvimento					PERÍODO: 23/10/2025 a 29/10/2025	JUSTIFICATIVAS					
			FAIXA DE NOTA	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	ROSIMERI VERONEZ	CID ANDRADE			RENAM BRANDÃO	MÉDIA	MÉDIA PONDERADA		
1.1		RACIOCÍNIO BÁSICO	0,1 a 10,0	1	10	9	8	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	Fez boa análise sobre o papel da ASCOM, associando seus desafios em relação às áreas de atuação do ministério, com públicos de relacionamento e frentes de trabalho, detalhando as necessidades de comunicação às quais deve responder. Traz ainda a relação da ASCOM com diferentes públicos. Afasta-se de um bom desempenho por apresentar alguns números e dados inconsistentes, que levaram a proposições desalinhas com os desafios do MF.
1.2		ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	0,1 a 10,0	3	30	8,5	8	7,5	8	24	Defesa de estratégia bem-conceituada. Fala dos canais, mas traz descrição mecânica sobre o funcionamento deles, com apontamentos genéricos sobre relação dos canais com os públicos. O conceito apresentou-se com rigidez, sem oferecer extensão a todos os temas da Fazenda e sem encerrar todos os desafios de comunicação. Reafirma as metas do desafio, mas não demonstra a forma de atingi-los.			
1.3		SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	0,1 a 10,0	2,5	25	8,5	8,5	7,5	8,17	20,43	Solução alinhada com direcionamento estratégico sugerido, com ações pertinentes e adequadas, e traz peças que permitem interpretações favoráveis. A limitação decorre do conceito proposto. Ações são funcionais e executáveis.			
1.4		PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO	0,1 a 10,0	1,5	15	8,5	9	8,5	8,67	13,01	O Plano é adequado ao período e equilibrado em relação aos itens, demonstrando economicidade na utilização de recursos. Estabeleceu linhas de ação de comunicação para medidas conduzidas pelo Ministério da Fazenda, com o uso de diferentes produtos. Bem estruturado, traz encadeamento do cronograma e das ações propostas.			
TOTALS										65,94				

ROSIMERI VERONEZ	CID ANDRADE	RENAM BRANDÃO
------------------	-------------	---------------

Documento assinado digitalmente
ROSIMERI VERONEZ
 Data: 30/10/2025 13:33:13 -0300
 Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Rosimeri Veronez

Documento assinado digitalmente
CID ANTONIO PARAGUASSU DE ANDRADE JUNIOR
 Data: 30/10/2025 13:25:25 -0300
 Verifique em <https://validar.itl.gov.br>



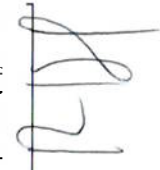
Cid Antonio Paraguassu de Andrade Junior

Documento assinado digitalmente
RENAM YNCIUS CARVALHO SANTOS BRANDAO
 Data: 30/10/2025 13:19:56 -0300
 Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Renam Yncius Carvalho Santos Brandao

CONCORRÊNCIA Nº 900001/2025 - MINISTÉRIO DA FAZENDA - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - VIA NÃO IDENTIFICADA

Nº	6	CONCEITO	Economia com propósito					NOTAS SUBCOMISSÃO			JUSTIFICATIVAS	
			FAIXA DE NOTA	PESO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	ROSIMERI VERONEZ	CID ANDRADE	RENAM BRANDÃO	MÉDIA	MÉDIA PONDERADA		
1.1		RACIOCÍNIO BÁSICO	0,1 a 10,0	1	10	9,5	9,5	9,5	9,5	9,5	9,5	Perfeita análise sobre o papel da ASCOM, associando seus desafios em relação às áreas de atuação do ministério e suas diversas frentes e canais. A licitante soube situar a ASCOM em vários cenários recorrentes do seu dia a dia, sinalizando o seu papel em cada contexto e mediante os principais públicos do MF. Realizou diagnóstico com qualidade apresentando precisão na contraposição dos desafios com as vulnerabilidades.
1.2		ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	0,1 a 10,0	3	30	9	9,5	10	9,5	28,5	Apresenta muito bem cada público e as expectativas deles em relação à comunicação da Fazenda, indo além quando conceitua a forma que deve ter essa comunicação. Encaminha bem as definições apresentadas sobre o que/quando e como fazer, apresentando de forma encadeada. Diretrizes bem-conceituadas, correlacionadas com os desafios do Briefing, não se limitando a um manual de estilo. A proposta trouxe elementos robustos que apontam para um processo contínuo da comunicação institucional.	
1.3		SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	0,1 a 10,0	2,5	25	9	10	9,5	9,5	23,75	Responde na íntegra à estratégia proposta, com ações pertinentes ao desafio, objetivos e respectivos públicos. O conceito possibilita múltiplas leituras favoráveis e com capacidade de adaptação a outros temas da Fazenda, fortalecendo a perspectiva de continuidade para a Comunicação Institucional do Ministério. Destaque importante para qualidade estética e para linguagem direta e descomplicada das peças exemplificadas. Plano exequível no tempo e no aspecto financeiro.	
1.4		PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO	0,1 a 10,0	1,5	15	9,5	10	9,5	9,67	14,51	O plano apresentou equilíbrio entre as ações que envolvem objetivos do ciclo de seis meses e as ações para resposta às demandas do dia a dia da ASCOM, que foram estruturadas sob perspectiva de continuidade. A proposição de método de aferição para objetivos específicos quantificado permite acompanhamento e gestão quanto à eficiência. Preocupação com economicidade e curva de aprendizagem na gestão dos resultados e inventário.	
TOTAIS										76,26		

<p>ROSIMERI VERONEZ</p> <p>Documento assinado digitalmente ROSIMERI VERONEZ Data: 30/10/2025 13:33:13-0300 Verifique em http://validar.it.gov.br</p> 	<p>CID ANDRADE</p> <p>Documento assinado digitalmente CID ANTONIO PARAGUASSU DE ANDRADE JUNIOR Data: 30/10/2025 13:25:25-0300 Verifique em https://validar.it.gov.br</p> 	<p>RENAM BRANDAO</p> <p>Documento assinado digitalmente RENAM VINICIUS CARVALHO SANTOS BRANDAO Data: 30/10/2025 13:19:56-0300 Verifique em https://validar.it.gov.br</p> 
--	---	--