



MINISTÉRIO DE PORTOS E AEROPORTOS - CONCORRÊNCIA N° 90001/2025 – COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL  
PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO 4

Brasília, 4 de novembro de 2025

A subcomissão de avaliação técnica se reuniu em duas sessões ocorridas na sexta-feira, 31 de outubro de 2025, na segunda-feira, 3 de novembro de 2025, e na terça-feira, 4 de novembro de 2025, ambas ocorridas no período das 14h30 às 18h, na sala de reuniões número 109, 1o. andar do Anexos A e B, Bloco R, Esplanada dos Ministérios, com o objetivo de dar continuidade à avaliação das propostas das licitantes participantes da CONCORRÊNCIA N° 90001/2025 – COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL.

Nesta fase dos trabalhos, a avaliação se deu sobre o conteúdo do **Invólucro 4**, onde as empresas participantes declararam sua capacidade de atendimento e fizeram relatos de casos — quesitos 2 e 3 do Apêndice 2 do edital.

A subcomissão abriu as propostas uma a uma, na seguinte ordem:

- 1) CDI
- 2) APEX
- 3) STA
- 4) FSB

A subcomissão optou por fazer a leitura oral em voz alta de cada uma das propostas, seguida de debates de avaliação uma a uma. Em anexo, constam as planilhas de avaliação individuais assinadas por cada um dos integrantes da subcomissão. A seguir, a planilha consolidada com as notas dos quesitos 2 e 3 do Apêndice 2 do edital.

*Marcos Vaz  
Paulo Henrique*

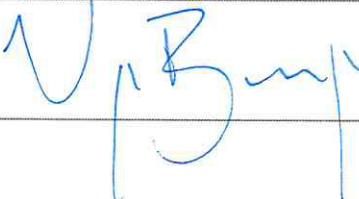


MINISTÉRIO DE PORTOS E AEROPORTOS - CONCORRÊNCIA N° 90001/2025 – COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL  
PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO 4

## Planilha consolidada - Quesitos 2 e 3 (Invólucro 4)

INVÓLUCRO 4	Capacidade de Atendimento (Máx. 10 pts)			Média	Relatos de Caso (Máx. 10 pts)			Média	NOTA FINAL (Máx. 20 pts)
	1	2	3		Pts	1	2	3	
CDI	10	10	10	10	7	7	7,5	7,1	17,1
APEX	9,5	9,5	9,5	9,5	6	5	6,5	5,8	15,3
STA	9,5	9,5	9,5	9,5	10	10	10	10	19,5
FSB	9,5	9,5	9,5	9,5	8	9	8,5	8,5	18

### ASSINATURA DA SUBCOMISSÃO

Integrante 1	Integrante 2	Integrante 3
Ugo de Barros Braga 	Eisenhower Bonfim Pereira 	Mariá Bonato 

Capacidade de Atendimento - Pontuação Máxima 10		CDI	APEX	FSB	Sant a Fé
relação dos principais clientes	presença de clientes integrantes do poder executivo federal - 2,5		2,5	2,5	2,5
	apenas clientes com atuação nacional - 3	3			
	presença de clientes com atuação nacional e regional - 2				
	apenas clientes com atuação regional - 1				
quantificação e qualificação dos profissionais	mais de 05 profissionais com pos graduação - 2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
	até 5 profissionais com pos graduação - 2				
	presença de profissionais com experiência superior a 20 anos - 1				
	presença de profissionais com experiência de até 20 anos - 0,5				
infraestrutura, instalações e recursos colocados a disposição do contratante	atende - 2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
	atende parcialmente - 0,5				
	não atende - 0				
sistematica operacional de atendimento	atende - 2,0	2	2	2	2
	atende parcialmente - 0,5				
	não atende - 0				
Nota		10	9,5	9,5	9,5

gov.br  
 Documento assinado digitalmente  
 EISENHOWER BONFIM PEREIRA  
 Data: 04/11/2025 18:06:21-0300  
 Verifique em <https://validar.itd.gov.br>

Data: 04/11/2025

Examinador: Eisenhower Bonfim Pereira

## **Relatos de solução de comunicação institucional**

### **CDI**

#### **Relatos: Crea-SP e Brasilprev**

**Nota: 7**

A CDI demonstra **planejamento sólido e qualidade técnica superior**, mas peca por **excesso de narrativa e ausência de mensuração objetiva de resultados**.  
Entrega institucional forte, mas menos analítica que o ideal para licitação.

**Nível alto, com consistência técnica, porém pouco mensurável.**

### **APEX**

#### **Relatos: Eletronuclear e CREA Bahia**

**Nota:5**

A APEX demonstra capacidade de execução operacional e bom relacionamento com imprensa, mas **não comprova método, planejamento nem análise estratégica**. Os relatos se apoiam em volume de ações, não em resultados estratégicos.

**Nível satisfatório, porém sem consistência metodológica.**

### **SANTA FÉ**

#### **Relatos: Ministério da Justiça (“Celular Seguro”) e EuAvatar/ABL (“Avatar de Machado de Assis”)**

**Nota:10**

A Santa Fé entrega **cases de altíssimo nível estratégico, criativo e técnico**. Demonstra planejamento, mensuração, inovação e execução consistente — **atende integralmente os cinco quesitos com excelência**.

**Nível de excelência e referência técnica.**

### **FSB COMUNICAÇÃO**

**Relatos: Embratur (“O Turismo Transforma”) e MDR / Defesa Civil (“Enchentes no RS”)**

**Nota: 9**

A FSB demonstra ser uma empresa com **alta competência técnica e experiência em comunicação pública, mas inconsistência entre os dois relatos.**

**Nível alto, com domínio estratégico.**

Documento assinado digitalmente  
**gov.br**  
EISENHOWER BONFIM PEREIRA  
Data: 04/11/2025 16:48:47-0300  
Verifique em <https://validar.itd.gov.br>

---

Data: 04/11/2025

Examinador: Eisenhower Bonfim Pereira

Tabela 1

MINISTÉRIO DE PORTOS E AEROPORTOS - CONCORRÊNCIA N° 90001/2025 – COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

**LICITAÇÃO MPOR - Comunicação Institucional**

<b>Quesito 2 - Capacidade de Atendimento</b>				
<b>Concorrente &gt;&gt;</b>	CDI Com Corporativa LTDA	APEX Comunicação Estratégica	FSB Comunicação	STA
Relação dos principais clientes	3	2,5	2,5	2,5
Quantificação e qualificação dos profissionais	2,5	2,5	2,5	2,5
Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição da contratante	2,5	2,5	2,5	2,5
Sistema Operacional de Atendimento	2	2	2	2
<b>NOTA q2</b>	<b>10</b>	<b>9,5</b>	<b>9,5</b>	<b>9,5</b>

**Quesito 3 - Relatos de Soluções de Comunicação Institucional**



**LICITAÇÃO MPOR - Comunicação Institucional****Quesito 2 - Capacidade de Atendimento**

<b>Avaliação</b>	<p>Relato 1 - CREA-SP. Empresa demonstra evidências do planejamento estratégico, num caso de complexidade mediana, em que demonstrou boa qualidade na execução das ações. Único porém é que não há métricas explícitas em que reste demonstrado que a solução de comunicação institucional contribui para atingir os objetivos de comunicação do cliente. Relato 2 - Brasilprev. Importante destacar que o julgamento da subcomissão técnica se dá a partir do que está determinado no subitem 2.2.3 do Apêndice 2 do edital. Aqui, temos o caso de uma campanha de comunicação interna, com público-alvo definido, fácil de acessar e, portanto, de aferir resultados. Ou seja, é o relato de um caso de complexidade baixa. Mais uma vez, a proposta não traz nenhum dado sobre a efetividade da campanha em fazer com que os colaboradores entendessem as sete pessoas. Há informações sobre o alcance da campanha, mas não sobre sua eficiência, que é o que pede a alínea b) do referido subitem. Trata-se uma falha relevante, dada a baixa complexidade do caso.</p> <p>Relato 1 - Eletronuclear. Empresa afirma que novo presidente da Eletronuclear mudou o rumo do planejamento para as usinas pertencentes a empresa. Parece óbvio que o problema de comunicação surgiu daí é a explicação sobre a mudança de rumo e a criação de uma nova narrativa sobre o futuro da Eletronuclear. A partir daí, o planejamento de como vence este problema, a estratégia de promoção da nova narrativa etc. A licitante, porém, se limita a descrever seus serviços de assessoria de imprensa, bem como o resultado do esforço que fez desde a troca de comando. Peca, portanto, no encadeamento lógico da exposição, bem como não traz elementos que comprovem sequer que o problema de comunicação definido por ela mesma tenha sido vencido. Relato 2 - Crea-BA. A licitante historia sobre sua contratação pelo cliente, que se deu, segundo ela, após o cliente entender como insuficiente o quantitativo de pessoal próprio para a assessoria de comunicação. O objetivo de comunicação é resumido genericamente como a necessidade de aproximar o Crea-BA da sociedade por meio da imprensa. O relato passa então a descrever os serviços de assessoria de imprensa e informa ter havido um aumento de 30% no alcance desde a contratação, sendo que a empresa foi responsável por "quase a metade" das iniciativas para tanto. Trata-se de um caso de promoção do cliente, sem grande complexidade, com métricas insuficientes para avaliar a eficiência do serviço.</p> <p>Relato 1 - Embratur. A licitante relata o caso de mudança de posicionamento da Embratur após a guinada geopolítica pelo qual o país passou a partir da troca de governo, em 2023. A construção da estratégia centrada em storytelling está bem demonstrada. Tratando-se de uma empresa pública, cuja performance depende essencialmente de como o país se relaciona com o resto do mundo, além de outros fatores exógenos, pode-se dizer que a complexidade do problema de comunicação é alta. O encadeamento lógico está ok, porém, o relato carece de métricas capazes de permitir que o resultado do esforço de comunicação seja aferido, dado os números de crescimento do turismo por si só não podem ser interpretados como consequência única da campanha de comunicação. Relato 2 - Enchentes no RS. O relato descreve o esforço de comunicação do MIDR, ao qual está subordinada a Defesa Civil nacional, na maior tragédia climática do país. Realizado num contexto de crise extrema, o caso é de altíssima complexidade. A construção da estratégia está bem posta, a execução das ações/materiais estão ok, o encadeamento lógico do relato idem. Os dados de alcance do projeto de comunicação são muito consistentes, porém, o que se pede na alínea b) do subitem 2.2.3 do apêndice 2 do edital, é, textualmente: "A demonstração de que a solução de comunicação institucional contribui para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente". Nesse aspecto, o relato não traz nenhum dado sobre o nível de informação da população do RS sobre as políticas públicas do MIDR/Defesa Civil nacional na crise de 2024, muito embora seja de notório conhecimento que o objetivo de comunicação foi cumprido neste caso.</p> <p>Relato 1 - Celular Seguro (MJSP). Trata-se do uso da assessoria de imprensa para o lançamento de um produto (o app) sem uso de verba publicitária. A empresa apresenta seu planejamento, demonstra que o objetivo de comunicação foi alcançado (por meio do número de usuários e downloads do app), num caso de alta complexidade. O material de execução está ok e o encadeamento lógico do relato também. Relato 2 - Euvatar. Da mesma forma, trata-se do lançamento de um produto, no caso, a tecnologia de avatar com inteligência artificial, sem o uso de publicidade. O planejamento, execução e demonstração do cumprimento do objetivo (dar ao fabricante da tecnologia reconhecimento nacional) foi atingido. A qualidade da execução mostrou-se engenhosa, com o envolvimento de dois clientes da empresa, e o encadeamento lógico do relato não tem reparos.</p>	<p>Relato 1 - Embratur. A licitante relata o caso de mudança de posicionamento da Embratur após a guinada geopolítica pelo qual o país passou a partir da troca de governo, em 2023. A construção da estratégia centrada em storytelling está bem demonstrada. Tratando-se de uma empresa pública, cuja performance depende essencialmente de como o país se relaciona com o resto do mundo, além de outros fatores exógenos, pode-se dizer que a complexidade do problema de comunicação é alta. O encadeamento lógico está ok, porém, o relato carece de métricas capazes de permitir que o resultado do esforço de comunicação seja aferido, dado os números de crescimento do turismo por si só não podem ser interpretados como consequência única da campanha de comunicação. Relato 2 - Enchentes no RS. O relato descreve o esforço de comunicação do MIDR, ao qual está subordinada a Defesa Civil nacional, na maior tragédia climática do país. Realizado num contexto de crise extrema, o caso é de altíssima complexidade. A construção da estratégia está bem posta, a execução das ações/materiais estão ok, o encadeamento lógico do relato idem. Os dados de alcance do projeto de comunicação são muito consistentes, porém, o que se pede na alínea b) do subitem 2.2.3 do apêndice 2 do edital, é, textualmente: "A demonstração de que a solução de comunicação institucional contribui para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente". Nesse aspecto, o relato não traz nenhum dado sobre o nível de informação da população do RS sobre as políticas públicas do MIDR/Defesa Civil nacional na crise de 2024, muito embora seja de notório conhecimento que o objetivo de comunicação foi cumprido neste caso.</p> <p>Relato 1 - Celular Seguro (MJSP). Trata-se do uso da assessoria de imprensa para o lançamento de um produto (o app) sem uso de verba publicitária. A empresa apresenta seu planejamento, demonstra que o objetivo de comunicação foi alcançado (por meio do número de usuários e downloads do app), num caso de alta complexidade. O material de execução está ok e o encadeamento lógico do relato também. Relato 2 - Euvatar. Da mesma forma, trata-se do lançamento de um produto, no caso, a tecnologia de avatar com inteligência artificial, sem o uso de publicidade. O planejamento, execução e demonstração do cumprimento do objetivo (dar ao fabricante da tecnologia reconhecimento nacional) foi atingido. A qualidade da execução mostrou-se engenhosa, com o envolvimento de dois clientes da empresa, e o encadeamento lógico do relato não tem reparos.</p>	<p>NOTA q3</p> <p>7</p> <p>6</p> <p>8</p> <p>10</p>	<p>NOTA FINAL q2 + q3</p> <p>17</p> <p>15,5</p> <p>17,5</p> <p>19,5</p>	
<b>DATA</b>	4/11/2025				
<b>EXAMINADOR</b>	<i>Ugo Braga</i>				

Capacidade de atendimento - CDI | Comunicação Corporativa

10

<b>Relação dos principais clientes</b>	<b>Presença de clientes do Executivo Federal</b> 2,5	<b>Apenas clientes com atuação nacional</b> 3	<b>Presença clientes atuação nacional e regional</b> 2	<b>Apenas clientes com atuação regional</b> 1
		<b>3</b>		

Quantificação e qualificação dos profissionais	Mais que 05 profissionais com pós - graduação 2,5	Até 05 profissionais com pós-graduação 2	Presença de profissionais com experiência superior a 20 anos 1	Presença de profissionais com experiência de até 20 anos 0,5
	2,5			

<b>Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante</b>	Atende 2,5  2,5	Atende parcialmente 0,5	Não atende 0	
---	--------------------------	----------------------------	-----------------	--

Sistema operacional de atendimento	Atende 2,0 2	Atende parcialmente 0,5	Não atende 0	
------------------------------------	--------------------	----------------------------	-----------------	--

### **Capacidade de atendimento - APEX**

9,5

Relação dos principais clientes	Presença de clientes do Executivo Federal 2,5	Apenas clientes com atuação nacional 3	Presença clientes atuação nacional e regional 2	Apenas clientes com atuação regional 1
	2,5			

Quantificação e qualificação dos profissionais	Mais que 05 profissionais com pós-graduação 2,5	Até 05 profissionais com pós-graduação 2	Presença de profissionais com experiência superior a 20 anos 1	Presença de profissionais com experiência de até 20 anos 0,5
	2,5			

<b>Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante</b>	Atende 2,5  2,5	Atende parcialmente 0,5	Não atende 0	
---	--------------------------	----------------------------	-----------------	--

Sistema operacional de atendimento	Atende 2,0	Atende parcialmente 0,5	Não atende 0	
	2			

Capacidade de atendimento - SANTA FÉ

9,6

Relação dos principais clientes	Presença de clientes do Executivo Federal 2,5	Apenas clientes com atuação nacional 3	Presença de clientes atuação nacional e regional 2	Apenas clientes com atuação regional 1
	2,5			

<b>Quantificação e qualificação dos profissionais</b>	Mais que 05 profissionais com pós - graduação 2,5  2,5	Até 05 profissionais com pós-graduação 2	Presença de profissionais com experiência superior a 20 anos 1	Presença de profissionais com experiência de até 20 anos 0,5
---	---	---	---	---

<b>Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante</b>	<b>Atende</b> 2,5 <b>2,5</b>	<b>Atende parcialmente</b> 0,5	<b>Não atende</b> 0	
---	------------------------------------	-----------------------------------	------------------------	--

Sistema operacional de atendimento	Atende 2,0	Atende parcialmente 0,5	Não atende 0
	2		

### Capacidade de Aprendizado - FSB

85

Relação dos principais clientes	Presença de clientes do Executivo Federal 2,5	Apenas clientes com atuação nacional 3	Presença clientes atuação nacional e regional 2	Apenas clientes com atuação regional 1
	2,5			

<b>Quantificação e qualificação dos profissionais</b>	Mais que 05 profissionais com pós - graduação 2,5	Até 05 profissionais com pós-graduação 2	Presença de profissionais com experiência superior a 20 anos 1	Presença de profissionais com experiência de até 20 anos 0,5
	2,5			

<b>Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante</b>	Atende 2,5  2,5	Atende parcialmente 0,5	Não atende 0	
---	--------------------------	----------------------------	-----------------	--

Sistema operacional de atendimento	Atende 2,0 2	Atende parcialmente 0,5	Não atende 0	
------------------------------------	--------------------	----------------------------	-----------------	--

Relatos- CDI Comunicação Corporativa		
Justificativa	OBS	Nota
<b>Planejamento estratégico.</b> O relato mostra que houve diagnóstico, estratégia e coerência na proposição da solução? Há clareza de objetivos e etapas de execução?		
<b>Alcance dos objetivos de comunicação.</b> A solução realmente resolveu o problema do cliente? Há evidência de resultados concretos (quantitativos ou qualitativos)?	O Relato 01, referente ao CREA-SP, identificou como principal desafio a falta de conhecimento da população sobre a instituição. Embora o documento apresente de forma adequada as ações conduzidas pela assessoria de comunicação, não evidencia, por meio de pesquisa ou indicadores, se houve efetivo aumento na percepção ou notoriedade do CREA-SP junto ao público.	
<b>Complexidade e relevância do desafio.</b> O caso apresentado é significativo e desafiador? Demonstra capacidade da empresa em lidar com temas complexos ou de grande visibilidade?		7,5
<b>Qualidade da execução.</b> As peças, ações ou materiais são tecnicamente bem executados, adequados ao público e coerentes com o planejamento?		
<b>Clareza e encadeamento do relato.</b> O texto é organizado e objetivo, apresentando o problema, a solução, o processo e os resultados de forma lógica?	O Relato 02, referente à BrasilPrev, abordou o desafio de ampliar o conhecimento dos colaboradores sobre as pessoas clientes da BrasilPrev. As iniciativas apresentadas mostraram criatividade e alcançaram resultados expressivos em termos de visualizações, superiores aos de períodos anteriores. Contudo, não há evidências que confirmem a efetiva assimilação desse conteúdo pelos colaboradores. A realização de pesquisas comparativas — no início e ao término da ação — teria permitido aferir de forma mais precisa o impacto das estratégias implementadas.	

Relatos- APEX		
Justificativa	OBS	Nota
<b>Planejamento estratégico.</b> O relato mostra que houve diagnóstico, estratégia e coerência na proposição da solução? Há clareza de objetivos e etapas de execução?		
<b>Alcance dos objetivos de comunicação.</b> A solução realmente resolveu o problema do cliente? Há evidência de resultados concretos (quantitativos ou qualitativos)?	O Relato 01, da Eletronuclear, carece de estratégias específicas de comunicação que evidenciem a divulgação e consolidação da nova gestão após a posse do presidente. As métricas de desempenho apresentadas são genéricas e não permitem avaliar a efetividade das ações. A falta de histórico comparativo compromete a análise de resultados e impossibilita aferir se os objetivos de comunicação foram alcançados.	
<b>Complexidade e relevância do desafio.</b> O caso apresentado é significativo e desafiador? Demonstra capacidade da empresa em lidar com temas complexos ou de grande visibilidade?		6,5
<b>Qualidade da execução.</b> As peças, ações ou materiais são tecnicamente bem executados, adequados ao público e coerentes com o planejamento?		
<b>Clareza e encadeamento do relato.</b> O texto é organizado e objetivo, apresentando o problema, a solução, o processo e os resultados de forma lógica?	O Relato 02, referente ao CREA-BA, não demonstra que tenha sido realizada uma avaliação prévia do cenário para embasar as decisões de comunicação. Também apresenta poucos dados comparativos, o que dificulta a análise da efetividade das ações. Além disso, o relato é superficial e de baixa complexidade, comprometendo a demonstração da capacidade estratégica da licitante. Não apresentou peças.	

Relatos-Santa Fé		
Justificativa	OBS	Nota
<b>Planejamento estratégico.</b> O relato mostra que houve diagnóstico, estratégia e coerência na proposição da solução? Há clareza de objetivos e etapas de execução?		
<b>Alcance dos objetivos de comunicação.</b> A solução realmente resolveu o problema do cliente? Há evidência de resultados concretos (quantitativos ou qualitativos)?	O Relato 01 do MJSP demonstra um grau elevado de complexidade, por envolver o lançamento nacional de uma ação sem investimento em mídia e em um período desafiador, como o final do ano. Os resultados alcançados — entre eles, 74% de menções positivas — evidenciam o êxito das estratégias de comunicação. As métricas apresentadas, incluindo indicadores como o volume de downloads do aplicativo, reforçam a consistência dos resultados obtidos. As peças apresentadas demonstraram qualidade.	
<b>Complexidade e relevância do desafio.</b> O caso apresentado é significativo e desafiador? Demonstra capacidade da empresa em lidar com temas complexos ou de grande visibilidade?		10
<b>Qualidade da execução.</b> As peças, ações ou materiais são tecnicamente bem executados, adequados ao público e coerentes com o planejamento?		
<b>Clareza e encadeamento do relato.</b> O texto é organizado e objetivo, apresentando o problema, a solução, o processo e os resultados de forma lógica?	Relato 02 da empresa Euvatar destacou-se pela criatividade da proposta, que integrou dois clientes de maneira estratégica e inovadora. As etapas do projeto foram claramente estruturadas, apresentando sequência lógica e coerência entre diagnóstico, execução e resultados. Os materiais apresentados demonstram qualidade técnica e sensibilidade criativa.	

Relatos FSB		
Justificativa	OBS	Nota
<b>Planejamento estratégico.</b> O relato mostra que houve diagnóstico, estratégia e coerência na proposição da solução? Há clareza de objetivos e etapas de execução?		
<b>Alcance dos objetivos de comunicação.</b> A solução realmente resolveu o problema do cliente? Há evidência de resultados concretos (quantitativos ou qualitativos)?	O Relato 01, referente à Embratur, não apresentou métricas comparativas relevantes que comprovem a efetividade da ação. Além disso, o objetivo do relato não está claramente definido, gerando dúvida quanto ao foco da iniciativa — se nacional ou internacional. O material é de qualidade.	
<b>Complexidade e relevância do desafio.</b> O caso apresentado é significativo e desafiador? Demonstra capacidade da empresa em lidar com temas complexos ou de grande visibilidade?	O Relato 02, do MDR, revela um projeto de elevada complexidade, mas sem a devida delimitação dos objetivos de comunicação, o que compromete a clareza estratégica da proposta. Também não foram apresentadas métricas ou indicadores que permitam avaliar de forma objetiva os resultados e o sucesso da ação.	8,5
<b>Qualidade da execução.</b> As peças, ações ou materiais são tecnicamente bem executados, adequados ao público e coerentes com o planejamento?		
<b>Clareza e encadeamento do relato.</b> O texto é organizado e objetivo, apresentando o problema, a solução, o processo e os resultados de forma lógica?		

Documento assinado digitalmente  
 MARIA BONATO  
Data: 04/11/2025 16:46:48-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

## RELATÓRIO FINAL - FASE 1

A subcomissão de avaliação técnica se reuniu nos dias e horários a seguir relacionados, com o objetivo de avaliar as propostas das licitantes participantes da CONCORRÊNCIA N° 90001/2025 – COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL.

A subcomissão optou por fazer a leitura oral em voz alta de cada uma das propostas, seguida de debates de avaliação uma a uma. As pastas não-identificadas foram abertas aleatoriamente e numeradas na ordem de abertura, de forma que a primeira pasta aberta recebeu o nome de PROPOSTA 1 e assim sucessivamente.

A avaliação dos itens exemplificados de todas as propostas foi feita ao final dos trabalhos, na mesma sessão de avaliação.

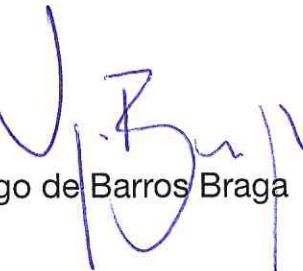
Seguem, em anexo, as planilhas de avaliação individuais assinadas por cada um dos integrantes da subcomissão, assim como a planilha consolidada, em que consta o cálculo da nota técnica final de cada uma das proponentes.

### Cronograma de trabalho da subcomissão

Segunda-feira 13/10	14h às 18h
Terça-feira 14/10	14h30 às 18h
Quarta-feira 15/10	9h às 13h
Quinta-feira 16/10	14h30 às 19h20
Sexta-feira 17/10	9h30 às 13h

Nesta data, a subcomissão de avaliação encerra a primeira fase de sua participação no certame - AVALIAÇÃO DO INVÓLUCRO 1, Propostas Não-Identificadas.

Brasília, 17 de outubro de 2025.

  
Ugo de Barros Braga

  
Eisenhower Bonfim Pereira

  
Mariá Bonato