



ESTADO DE MINAS GERAIS
MUNICIPIO DE FORMIGA

Relatório Histórico de Tarefas

Parâmetros: Id: baaefc44-9cb1-11f1-a113-0affa7eb5935

Página: 1 / 1

Data: 14/09/2026

Identificador MEM-8438-2026	Assunto Encaminhamento INVÓLUCRO 03 - CONCORRÊNCIA 06/2026		
Tipo MEMORANDOS	Grupo	Solicitante Leonardo Geraldo Eufrazio	Data/Hora 20/08/2026 13:10
Conteúdo Formiga 20 de agosto de 2026. De: Leonardo Geraldo Eufrázio Agente de Contratação Para: Subcomissão técnica – Nomeada pela Portaria nº 6.439, de 14 de maio de 2026 É a presente para encaminhar o INVÓLUCRO 03, referente a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação , para análise individualizada e julgamento , de acordo com os ditames do item 7.2.5, "d" e "e", do edital convocatório, referente ao Processo Licitatório 095/2026, Concorrência Presencial 006/2026. Sem mais para o momento. Atenciosamente, Leonardo Geraldo Eufrázio Agente de Contratação			

Eventos da Tarefa			
Tipo: Despacho	Ação: Incluir	Usuário: Maria Carolina Oliveira Valadão	
Ciente .			28/08/2026 15:49

Quantidade de Eventos: 1

Justificativas

Plano de Comunicação Publicitária

Após analisar os invólucros (identificados), enviados por empresas que concorrem ao Processo licitatório: nº095/2026 / Modalidade: concorrência nº: nº006/2026 / Critério de julgamento: técnica e preço, eu, Thiago Vilela Rocha, integrante da Subcomissão Técnica, cheguei as seguintes conclusões avaliativas:

AGÊNCIA: CLAY ABREU

1. Capacidade de Atendimento:

Nota: 14,2

Fundamentação:

A agência apresentou carteira composta por 32 clientes, incluindo empresas de porte e tradição reconhecidos, além de aproximadamente 27 anos de atuação no mercado publicitário. A equipe conta com cerca de 20 colaboradores, com formação acadêmica compatível com as atividades de comunicação publicitária, demonstrando qualificação para a execução dos serviços. A estrutura apresentada, incluindo instalações e recursos materiais, mostra-se adequada para atender às demandas da Prefeitura e à execução do contrato.

O processo de atendimento proposto apresenta dinâmica organizada e compatível com as necessidades do cliente, favorecendo o acompanhamento e o desenvolvimento das demandas. As informações e ferramentas disponibilizadas para pesquisas de audiência e auditoria também se mostraram adequadas para subsidiar as ações de comunicação durante a execução do contrato.

2. Repertório:

Nota: 9,3

Fundamentação:

As peças apresentadas demonstraram boa qualidade de produção e criatividade, com clara pertinência entre as ideias desenvolvidas e os problemas de comunicação propostos. Os materiais apresentaram bom acabamento, e os vídeos evidenciaram qualidade de produção e adequada execução das propostas. Destaca-se especialmente a criatividade empregada no desenvolvimento do outdoor "Não Crie Barreiras", que apresentou uma solução visual pertinente e diferenciada para a mensagem pretendida.

3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

Nota: 8,7

Fundamentação:

A agência apresentou resultados relevantes nos cases analisados, demonstrando relação lógica e consistente entre os problemas identificados e as soluções desenvolvidas. A exposição permitiu compreender a conexão entre as situações apresentadas e as estratégias adotadas para solucioná-las. Entretanto, o processo de planejamento e criação das campanhas não foi demonstrado de forma suficientemente detalhada.

Pontuação: plano de comunicação publicitária

<u>Quesitos</u>	Pontuação máxima	Pontos obtidos
Capacidade de Atendimento	15	14,2
Repertório	10	9,3
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	8,7
TOTAL	35	32,2

Documento assinado digitalmente
gov.br THIAGO VILELA ROCHA
Data: 24/08/2026 12:01:17-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Thiago Vilela Rocha
Membro subcomissão técnica

Justificativas

Plano de Comunicação Publicitária

Após analisar os invólucros (identificados), enviados por empresas que concorrem ao Processo licitatório: nº095/2026 / Modalidade: concorrência nº: nº006/2026 / Critério de julgamento: técnica e preço, eu, Thiago Vilela Rocha, integrante da Subcomissão Técnica, cheguei as seguintes conclusões avaliativas:

AGÊNCIA: FAZENDA

1. Capacidade de Atendimento:

Nota: 10,8

Fundamentação:

A agência apresentou carteira composta por nove clientes e mais de 17 anos de atuação no mercado, demonstrando experiência e permanência no setor publicitário. Entre os clientes apresentados, estão apenas duas Prefeituras. Embora demonstre experiência acumulada, a quantidade de clientes e a diversidade da carteira apresentada indicam um porte mais enxuto de atuação, principalmente junto aos municípios.

Quanto à estrutura, a agência demonstrou possuir instalações próprias, com unidades em Belo Horizonte, São Paulo e Brasília, além de equipamentos considerados suficientes para a execução do contrato. A estrutura apresentada mostra-se adequada para atender às demandas previstas, demonstrando condições materiais compatíveis com a execução dos serviços.

O modelo de atendimento apresentado mostra-se funcional e organizado, embora os prazos previstos para planejamento e criação possam comprometer parcialmente a agilidade na execução das demandas. As informações de marketing e os recursos destinados às pesquisas de audiência são relevantes e suficientes para subsidiar as ações de comunicação da Prefeitura.

2. Repertório:

Nota: 7,2

Fundamentação:

A agência demonstrou capacidade criativa e competência para desenvolver materiais de comunicação adequados às propostas apresentadas. Destaca-se o “Gibi Juventude Segura”, desenvolvido para abordar o uso consciente da tecnologia junto ao público infantil, demonstrando criatividade e adequação da linguagem ao público pretendido.



As peças apresentaram, de modo geral, bom acabamento e qualidade de produção. Entretanto, foram identificadas possibilidades de aprimoramento na execução do outdoor, especialmente quanto à utilização de cores mais chamativas e ao tamanho das fontes, visando facilitar a leitura das informações. De forma geral, o repertório apresentado mostrou-se adequado, embora o conjunto dos materiais seja relativamente simples.

3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

Nota: 7

Fundamentação:

A agência não apresentou de forma suficientemente clara o processo de planejamento publicitário utilizado na elaboração dos cases, deixando lacunas quanto à demonstração das etapas e estratégias adotadas para o desenvolvimento das soluções.

Por outro lado, a relação entre os problemas identificados e as soluções propostas mostrou-se consistente quando analisadas as peças apresentadas, evidenciando coerência entre a situação-problema e a mensagem desenvolvida para enfrentá-la. As campanhas também apresentaram uma sequência lógica entre problema, ideia e solução, facilitando a compreensão da estratégia adotada.

Embora os cases demonstrem coerência na construção das soluções e na exposição das ideias, há ausência de maior detalhamento sobre o planejamento e de informações mais relevantes sobre os resultados pretendidos ou alcançados.

Pontuação: plano de comunicação publicitária

<u>Quesitos</u>	Pontuação máxima	Pontos obtidos
Capacidade de Atendimento	15	10,8
Repertório	10	7,2
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	7
TOTAL	35	25



Documento assinado digitalmente
THIAGO VILELA ROCHA
Data: 24/08/2026 14:48:47-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Thiago Vilela Rocha
Membro subcomissão técnica

Justificativas

Plano de Comunicação Publicitária

Após analisar os invólucros (identificados), enviados por empresas que concorrem ao Processo licitatório: nº095/2026 / Modalidade: concorrência nº: nº006/2026 / Critério de julgamento: técnica e preço, eu, Thiago Vilela Rocha, integrante da Subcomissão Técnica, cheguei as seguintes conclusões avaliativas:

AGÊNCIA: LUME

1. Capacidade de Atendimento:

Nota: 14,3

Fundamentação:

A agência demonstrou sólida experiência no setor, com 35 anos de atuação e especialização em comunicação pública. A carteira de clientes apresentada evidencia capacidade de atender municípios de diferentes portes, inclusive com população significativamente superior à de Formiga. As premiações recebidas também demonstram reconhecimento pela qualidade dos serviços e produtos desenvolvidos pela agência. Destaca-se ainda a equipe composta por cerca de 40 colaboradores, sendo relevante a experiência acumulada por grande parte dos profissionais.

As instalações e os recursos materiais apresentados mostram-se adequados para atender às demandas da Prefeitura e executar o contrato de forma satisfatória. Destaca-se a utilização de software destinado ao gerenciamento das diferentes etapas de produção, contribuindo para a organização, acompanhamento e operacionalidade dos trabalhos a serem desenvolvidos.

Quanto às informações de marketing e comunicação, a agência apresentou portfólio de pesquisas de audiência e ferramentas de auditoria que se mostram relevantes e suficientes para subsidiar o planejamento e o acompanhamento das ações de comunicação da Prefeitura, sem ônus adicional.

2. Repertório:

Nota: 8,8

Fundamentação:

As peças apresentadas demonstraram capacidade de traduzir, de forma simples e acessível ao público pretendido, as soluções propostas para os problemas de comunicação identificados. As ideias mostraram-se

pertinentes às situações abordadas, com boa integração entre imagens e textos e utilização de cores coerentes com as características e objetivos de cada proposta.

3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

Nota: 9,2

Fundamentação:

Os cases apresentados demonstraram planejamento publicitário consistente, com clara relação entre os problemas identificados e as soluções desenvolvidas. Os resultados apresentados indicam efetividade das campanhas, enquanto os elementos utilizados na exposição estabeleceram conexões relevantes e coerentes entre problema, estratégia e solução. Os dois vídeos também se destacaram pela qualidade de produção e pela demonstração de planejamento publicitário.

Pontuação: plano de comunicação publicitária

<u>Quesitos</u>	Pontuação máxima	Pontos obtidos
Capacidade de Atendimento	15	14,3
Repertório	10	8,8
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	9,2
TOTAL	35	32,3



Documento assinado digitalmente

THIAGO VILELA ROCHA

Data: 24/08/2026 14:34:34-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Thiago Vilela Rocha
Membro subcomissão técnica

Justificativas

Plano de Comunicação Publicitária

Após analisar os invólucros (identificados), enviados por empresas que concorrem ao Processo licitatório: nº095/2026 / Modalidade: concorrência nº: nº006/2026 / Critério de julgamento: técnica e preço, eu, Thiago Vilela Rocha, integrante da Subcomissão Técnica, cheguei as seguintes conclusões avaliativas:

AGÊNCIA: ORIGINAL P&P

1. Capacidade de Atendimento:

Nota: 13,7

Fundamentação:

A agência demonstrou possuir experiência e capacidade para atender às demandas da Prefeitura de Formiga, apresentando atuação junto a 19 Prefeituras, o que evidencia tradição e experiência no atendimento ao setor público. A equipe apresentada conta com mais de 20 profissionais, com formação em áreas pertinentes à atividade publicitária e experiência compatível com as funções desempenhadas.

A estrutura física e os equipamentos disponibilizados mostraram-se adequados à execução do contrato. Destaca-se positivamente o software utilizado para integração dos setores da agência, possibilitando, inclusive, o acompanhamento de relatórios diários dos atendimentos realizados junto à Prefeitura, além de contribuir para maior agilidade na execução das campanhas.

As informações e ferramentas de marketing e comunicação disponibilizadas sem ônus adicional mostraram-se suficientes para atender às necessidades previstas. Contudo, foi identificada uma falha de atenção na proposta ao mencionar, no contexto de marketing digital, que as ferramentas estariam à disposição da "Câmara Municipal de Nova Lima", demonstrando inadequada adaptação de parte do conteúdo à realidade da Prefeitura de Formiga. Apesar desse ponto, a proposta apresentou estrutura e operacionalidade consistentes para a execução do contrato.

2. Repertório:

Nota: 9

Fundamentação:

A agência demonstrou criatividade aliada a uma boa qualidade de execução das peças apresentadas, com escolhas adequadas de cores e boa

integração entre textos, imagens e demais elementos utilizados. As soluções criativas mostraram-se pertinentes aos problemas de comunicação propostos nas diferentes campanhas.

Destaca-se também a diversidade dos materiais apresentados, incluindo o spot de rádio, que, assim como as demais peças, demonstrou capacidade de traduzir a proposta de comunicação de forma objetiva e adequada. De modo geral, o repertório apresentou boa qualidade criativa e de execução, com materiais coerentes com os problemas que se propuseram a solucionar.

3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

Nota: 9,2

Fundamentação:

A agência demonstrou bom planejamento publicitário na elaboração dos cases apresentados, estabelecendo relação consistente entre os problemas identificados, as estratégias adotadas e as soluções desenvolvidas. Os relatos apresentaram resultados relevantes, evidenciando a efetividade das ações realizadas e a capacidade de transformar os problemas de comunicação em soluções concretas.

Merece destaque a campanha "Vacinar é Viver", que demonstrou capacidade de ir além da transmissão de informações, alcançando uma aplicação prática da estratégia de comunicação. De modo geral, os cases foram apresentados de forma lógica e organizada, com adequada relação entre problema, planejamento, solução e resultados.

Pontuação: plano de comunicação publicitária

<u>Quesitos</u>	Pontuação máxima	Pontos obtidos
Capacidade de Atendimento	15	13,7
Repertório	10	9
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	9,2
TOTAL	35	31,9

Documento assinado digitalmente
gov.br THIAGO VILELA ROCHA
Data: 24/08/2026 12:03:51-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Thiago Vilela Rocha
Membro subcomissão técnica

Justificativas Plano de Comunicação Publicitária

Após analisar os invólucros (identificados), enviados por empresas que concorrem ao Processo licitatório: nº095/2026 / Modalidade: concorrência nº: nº006/2026 / Critério de julgamento: técnica e preço, eu, Thiago Vilela Rocha, integrante da Subcomissão Técnica, cheguei as seguintes conclusões avaliativas:

AGÊNCIA: VISUALIZE

1. Capacidade de Atendimento:

Nota: 14,6

Fundamentação:

A agência demonstrou sólida capacidade de atendimento, apresentando carteira com 12 clientes e atuação no mercado desde 1998, incluindo Prefeituras, Câmara de Vereadores, associações, cooperativas e empresas privadas, inclusive com experiência junto a organizações de atuação em diversos municípios. A equipe apresentada também se mostrou qualificada e experiente, contando com 15 profissionais, formações compatíveis com as atividades desenvolvidas e significativa permanência de seus integrantes na agência, além do reconhecimento por meio de premiações.

Quanto à estrutura, a agência demonstrou possuir instalações, recursos materiais e infraestrutura compatíveis com a execução de um contrato com o município de Formiga. Apresentou, ainda, uma estrutura disponível para que haja um relacionamento adequado com a Prefeitura, contemplando diferentes canais de comunicação e a integração das áreas envolvidas. Destaca-se também a disponibilização, sem ônus adicional, de informações técnicas, pesquisas e estudos de audiência, além de recursos próprios voltados ao acompanhamento e à transparência das informações.

De forma geral, a proposta evidenciou elevada capacidade operacional e condições adequadas para atender às demandas previstas.

2. Repertório:

Nota: 9,8

Fundamentação:

A agência apresentou ideias criativas pertinentes aos problemas propostos, demonstrando capacidade de desenvolver soluções adequadas aos diferentes tipos de comunicação. As peças utilizaram cores e elementos visuais

coerentes com cada proposta, com informações apresentadas de maneira clara, simples e acessível a diferentes públicos. Destaca-se, ainda, a criatividade demonstrada na elaboração do cartaz.

Quanto à execução e ao acabamento, as peças apresentaram boa qualidade visual, com adequada integração entre textos e imagens. Os dois filmes também foram bem executados, transmitindo as informações necessárias de forma prática e objetiva.

De modo geral, o repertório apresentado demonstrou criatividade, pertinência e qualidade de execução.

3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

Nota: 10

Fundamentação:

Os dois cases apresentados demonstraram planejamento publicitário consistente, com adequada relação entre os problemas identificados e as soluções propostas. Destaca-se o segundo case, que utilizou elementos diretamente relacionados à realidade local, evidenciando planejamento e maior proximidade com o público-alvo, além de apresentar de forma relevante o problema e a solução adotada.

A exposição dos cases ocorreu de maneira organizada, com relações lógicas entre os elementos apresentados e boa concatenação entre problema, estratégia e solução. De modo geral, os relatos demonstraram consistência e capacidade de planejamento.

Pontuação: plano de comunicação publicitária

<u>Quesitos</u>	Pontuação máxima	Pontos obtidos
Capacidade de Atendimento	15	14,6
Repertório	10	9,8
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	10
TOTAL	35	34,4



Documento assinado digitalmente
THIAGO VILELA ROCHA
Data: 24/08/2026 12:04:18-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Thiago Vilela Rocha
Membro subcomissão técnica

ANÁLISE DAS PROPOSTAS DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

Ao analisar o INVÓLUCRO 3 (Identificado) apresentado pela empresa concorrente ao Processo Licitatório nº 095/2026 – Concorrência nº 006/2026, eu Thais de Paula Parreira, integrante da Subcomissão Técnica, cheguei às seguintes conclusões avaliativas:

AGÊNCIA CLAY ABREU

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – 14,0 PONTOS

A empresa demonstra boa capacidade técnica e operacional para atendimento ao objeto da licitação. Apresenta carteira diversificada de clientes, incluindo órgãos públicos e empresas privadas, com relacionamentos de longa duração, demonstrando experiência e permanência no mercado.

A equipe apresentada é multidisciplinar e reúne profissionais com experiência relevante em publicidade, atendimento, planejamento, criação, produção gráfica e audiovisual, conteúdo, mídia e comunicação digital.

As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais estão apresentados de forma detalhada, contemplando equipamentos de informática, impressão, armazenamento, rede, monitores profissionais, equipamentos de criação e recursos para reuniões e videoconferência.

A sistemática de atendimento também se mostra bem estruturada, com definição das etapas de recebimento e análise da demanda, planejamento, direcionamento interno, desenvolvimento criativo, produção, mídia, ajustes e entrega, inclusive com indicação de prazos médios e canais de atendimento.

Quanto às informações de marketing, pesquisas de audiência e controle de mídia, a empresa apresenta fontes e procedimentos para disponibilização periódica de informações sem ônus adicional. Entretanto, a auditoria de circulação e controle de mídia é apresentada de maneira menos detalhada que os demais aspectos.



REPERTÓRIO – 8,0 PONTOS

O repertório apresentado reúne dez peças de diferentes formatos e meios, demonstrando diversidade de experiências e capacidade de atuação em comunicação institucional, comercial e de utilidade pública.

Algumas peças apresentam boas soluções criativas e adequada associação entre conceito e execução, destacando-se trabalhos que utilizam recursos visuais e verbais de maneira pertinente ao problema de comunicação. Também são observadas peças de boa qualidade gráfica e acabamento profissional.

Apesar disso, o nível de elaboração criativa não é uniforme em todo o conjunto, havendo peças mais convencionais e predominantemente informativas.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – 6,1 PONTOS

Os relatos apresentados demonstram, em sua estrutura, preocupação com a identificação do contexto, definição dos problemas, estabelecimento de objetivos, desenvolvimento de estratégias, apresentação das soluções e indicação dos resultados.

O relato referente à Câmara Municipal de Cláudio apresenta sequência lógica satisfatória entre problema, objetivos, estratégia e solução.

Entretanto, no relato referente à Luidar Tintas, verifica-se inconsistência significativa na parte relativa aos resultados e à conclusão, na medida em que são apresentadas referências à imagem institucional, nova gestão e aproximação da Câmara com a população, elementos que não guardam correspondência com o problema de comunicação da Luidar Tintas apresentado no início do relato.

Tal inconsistência prejudica a relação de causa e efeito entre problema e solução e compromete a concatenação lógica da exposição. Também se observa que os resultados são apresentados predominantemente de forma qualitativa, sem indicadores quantitativos que permitam mensurar objetivamente sua relevância.



ANEXO II – PLANILHA INDIVIDUAL
PROPOSTA TÉCNICA – AVALIAÇÕES IDENTIFICADAS
(INVÓLUCRO 3)

MEMBRO DA SUBCOMISSÃO: Thais de Paula Parreira

AGÊNCIA: CLAY ABREU

Quesito	Pontos
Capacidade de Atendimento	14
Repertório	8
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	6,1
TOTAL	28,1



Documento assinado digitalmente
THAIS DE PAULA PARREIRA
Data: 25/08/2026 15:54:22-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

A handwritten signature in black ink, appearing to be a stylized letter 'P' or similar.

ANÁLISE DAS PROPOSTAS DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

Ao analisar o INVÓLUCRO 3 (Identificado) apresentado pela empresa concorrente ao Processo Licitatório nº 095/2026 – Concorrência nº 006/2026, eu Thais de Paula Parreira, integrante da Subcomissão Técnica, cheguei às seguintes conclusões avaliativas:

AGÊNCIA FAZENDA COMUNICAÇÃO & MARKETING

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – 14,7 PONTOS

A empresa demonstra elevada capacidade técnica e operacional para atendimento ao objeto da licitação. Apresenta carteira diversificada de clientes, incluindo órgãos públicos, entidades representativas e instituições do terceiro setor, com indicação dos períodos de atendimento e existência de contratos vigentes.

A equipe apresentada é ampla e multidisciplinar, contemplando profissionais nas áreas de direção, planejamento, atendimento, criação, redação, mídia, social media, produção eletrônica e gráfica, checking, licitações, tecnologia e infraestrutura, com currículos que demonstram experiência compatível com as funções desempenhadas.

As instalações e a infraestrutura são apresentadas de forma detalhada, incluindo sede em Belo Horizonte, escritórios em São Paulo e Brasília, equipamentos de informática, servidores, impressoras, scanners, câmeras, softwares profissionais, sistemas de armazenamento, rede e demais recursos necessários à execução dos serviços.

A sistemática de atendimento é bem estruturada, com definição das fases de atendimento, planejamento, criação, planejamento de mídia e produção, além de prazos específicos para briefíng, planejamento, criação, pré-teste, apresentação, revisão, produção, veiculação, faturamento e pagamento.

Quanto às informações de marketing, pesquisas de audiência e auditoria de mídia, a empresa apresenta ampla relação de ferramentas, institutos e fontes de informação, contemplando dados de audiência, alcance, frequência, circulação, perfil de público, consumo de mídia e acompanhamento do investimento publicitário.



REPERTÓRIO – 8,6 PONTOS

O repertório apresentado é diversificado e contempla dez trabalhos, envolvendo diferentes clientes, problemas de comunicação, formatos e meios.

Observam-se boas soluções criativas em campanhas de comunicação pública e institucional, especialmente nas peças relacionadas à violência contra a mulher, combate ao assédio no transporte, tarifa zero, comunicação de saúde e campanhas de conscientização.

As peças demonstram boa capacidade de adaptação da mensagem aos diferentes meios, com qualidade de composição, fotografia, tipografia, cores e acabamento. Entretanto, algumas soluções apresentam caráter predominantemente informativo e menor grau de elaboração conceitual.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – 9,4 PONTOS

Os dois relatos apresentados demonstram de maneira consistente a identificação do contexto, do problema de comunicação, dos objetivos, das estratégias adotadas, das ações desenvolvidas e dos resultados alcançados.

O primeiro relato, referente à campanha “Não disfarce a sua dor”, apresenta planejamento voltado à conscientização sobre a violência contra a mulher e à divulgação dos serviços de acolhimento, utilizando diferentes meios de comunicação e públicos.

O segundo relato, referente à campanha “O Restaurante Popular da Câmara de Vereadores de BH está de volta”, apresenta estratégia destinada a informar a população sobre a reabertura do equipamento e estimular seu acesso, com utilização integrada de diferentes meios.

Os relatos apresentam resultados quantitativos e qualitativos relevantes, além de atestos do cliente confirmando a realização dos serviços, o cumprimento do planejamento e dos prazos contratados.



Apesar da elevada consistência dos relatos, parte dos resultados é apresentada de forma qualitativa e alguns indicadores poderiam ser demonstrados de maneira mais sistemática.



Documento assinado digitalmente

THAIS DE PAULA PARREIRA

Data: 25/08/2026 15:51:04-0300

Verifique em <https://validar.itf.gov.br>

A handwritten signature in black ink, appearing to be a stylized letter 'P' or a similar mark.

ANEXO II – PLANILHA INDIVIDUAL
PROPOSTA TÉCNICA – AVALIAÇÕES IDENTIFICADAS
(INVÓLUCRO 3)

MEMBRO DA SUBCOMISSÃO: Thais de Paula Parreira

AGÊNCIA: FAZENDA COMUNICAÇÃO & MARKETING

Quesito	Pontos
Capacidade de Atendimento	14,7
Repertório	8,6
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	9,4
TOTAL	32,7

 Documento assinado digitalmente
THAIS DE PAULA PARREIRA
Data: 25/08/2026 15:54:22-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>



ANÁLISE DAS PROPOSTAS DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

Ao analisar o INVÓLUCRO 3 (Identificado) apresentado pela empresa concorrente ao Processo Licitatório nº 095/2026 – Concorrência nº 006/2026, eu Thais de Paula Parreira, integrante da Subcomissão Técnica, cheguei às seguintes conclusões avaliativas:

AGÊNCIA LUME COMUNICAÇÃO

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – 14,8 PONTOS

A empresa demonstra elevada capacidade técnica e operacional para atendimento ao objeto da licitação, apresentando trajetória consolidada no segmento de comunicação pública, com atuação especializada desde 1991 e carteira diversificada de clientes, incluindo órgãos públicos, autarquias, conselhos profissionais, empresas públicas e instituições de diferentes portes.

A equipe apresentada é multidisciplinar e reúne profissionais de atendimento, planejamento, criação, direção de arte, redação, produção, mídia, gestão de projetos e relacionamento com clientes, com experiência profissional significativa e profissionais com mais de uma década de atuação no mercado.

A estrutura apresentada demonstra capacidade compatível com a execução dos serviços, combinando estrutura presencial, recursos tecnológicos, ferramentas digitais e organização de equipes para planejamento, criação, produção, mídia e acompanhamento das campanhas.

A metodologia de atendimento é estruturada a partir da escuta da demanda, planejamento, definição de públicos, seleção dos canais, criação, produção, acompanhamento da veiculação, otimização das estratégias, avaliação do impacto social e prestação de contas. A agência também prevê atendimento emergencial em período noturno, feriados e finais de semana.

Quanto às informações de marketing, pesquisas de audiência e auditoria de mídia, a empresa demonstra compreensão do processo de planejamento, acompanhamento e mensuração da comunicação, incluindo avaliação dos resultados e do impacto social das ações.



REPERTÓRIO – 8,8 PONTOS

O repertório apresenta dez peças de diferentes formatos e meios, contemplando e-book, busdoor, vídeo institucional, post carrossel, cartazes, anúncio de jornal, lonas sequenciais, cartilha bilíngue e cartão-postal.

O conjunto demonstra diversidade de experiências e capacidade de adaptação da comunicação a diferentes públicos, meios e objetivos.

Destacam-se as soluções “Desperdício? Tô fora!”, “Mulheres Itabiranas: protagonistas da própria história”, “Você tem fome de quê?”, “No carnaval, a Câmara tá junto!” e “Futuro sustentável”, que apresentam relação adequada entre os problemas identificados e os conceitos desenvolvidos.

As peças apresentam bom nível de execução e acabamento, demonstrando domínio de diferentes linguagens gráficas, editoriais, audiovisuais e digitais.

Embora parte das peças apresente soluções mais institucionais e convencionais, o conjunto demonstra qualidade criativa e técnica acima da média.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – 9,5 PONTOS

Foram apresentados dois relatos de soluções de problemas de comunicação: “Facilita — A moeda social de Itabira”, da Prefeitura Municipal de Itabira, e “É tempo de viver uma nova cidade”, da Prefeitura de Patos de Minas.

Os relatos apresentam contextualização dos problemas, planejamento estratégico, definição de públicos, conceitos criativos, estratégias, peças, investimento e resultados.

No caso da campanha Facilita, a agência identificou a necessidade de explicar à população o funcionamento da moeda social, diferenciando-a de uma simples doação governamental, além de estimular a adesão dos comerciantes e orientar os beneficiários. A estratégia foi estruturada em fases de conscientização, cadastramento dos estabelecimentos e divulgação ampla do programa.

Os resultados apresentados incluem 6.633 cliques no Google Ads, 453,02 mil impressões, alcance de 156.355 pessoas no Meta, 480.158 impressões, 6.548 cliques,

mais de 3.400 cidadãos cadastrados e beneficiados e mais de 35 estabelecimentos comerciais credenciados.

No caso de Patos de Minas, o planejamento parte de pesquisa que indicava baixo contato da população com as comunicações oficiais do município. A agência propôs a retomada da comunicação institucional por meio de estratégia integrada de televisão, rádio, mídia impressa e digital, utilizando o conceito “É tempo de viver uma nova cidade”.

Foram apresentados resultados superiores a 4 milhões de impactos totais e aumento aproximado de 18% no número de seguidores das principais redes sociais da instituição, além da retomada da presença da Prefeitura nos principais meios de comunicação.

Os relatos demonstram planejamento, consistência entre problema e solução, resultados relevantes e boa concatenação lógica. A pequena redução em relação à nota máxima decorre principalmente da existência de resultados qualitativos que poderiam estar acompanhados de indicadores objetivos mais específicos.



Documento assinado digitalmente

THAIS DE PAULA PARREIRA

Data: 25/08/2026 15:51:04-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

A handwritten signature in black ink, appearing to be a stylized 'P' or similar character.

ANEXO II – PLANILHA INDIVIDUAL
PROPOSTA TÉCNICA – AVALIAÇÕES IDENTIFICADAS
(INVÓLUCRO 3)

MEMBRO DA SUBCOMISSÃO: Thais de Paula Parreira

AGÊNCIA: LUME COMUNICAÇÃO

Quesito	Pontos
Capacidade de Atendimento	14,8
Repertório	8,8
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	9,5
TOTAL	33,1

 Documento assinado digitalmente
THAIS DE PAULA PARREIRA
Data: 25/08/2026 15:54:22-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>



ANÁLISE DAS PROPOSTAS DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

Ao analisar o INVÓLUCRO 3 (Identificado) apresentado pela empresa concorrente ao Processo Licitatório nº 095/2026 – Concorrência nº 006/2026, eu Thais de Paula Parreira, integrante da Subcomissão Técnica, cheguei às seguintes conclusões avaliativas:

AGÊNCIA ORIGINAL P&P

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – 14,7 PONTOS

A empresa demonstra elevada capacidade técnica e operacional para atendimento ao objeto da licitação, apresentando mais de 20 anos de atuação no mercado publicitário e carteira diversificada de clientes, com expressiva presença de órgãos públicos e relacionamentos de longa duração.

A equipe apresentada é multidisciplinar e contempla profissionais das áreas de atendimento, pesquisa, criação, produção, planejamento, mídia, marketing digital e administração, demonstrando experiência compatível com a execução dos serviços.

A infraestrutura apresentada é ampla e adequada, incluindo computadores, workstations, servidores, equipamentos de impressão, câmeras, equipamentos cinematográficos e de áudio, estúdio de gravação, ilhas de edição e pós-produção, softwares licenciados, sistema de backup, internet em fibra óptica e demais recursos necessários à execução das atividades.

A sistemática de atendimento apresenta fluxo organizado, iniciando-se pelo briefing e levantamento de informações, passando pelo planejamento, criação, mídia, produção, aprovação e veiculação, com posterior levantamento e apresentação dos resultados.

Quanto às informações de marketing, pesquisas de audiência e auditoria de mídia, a empresa apresenta estrutura bastante desenvolvida, relacionando diversas ferramentas e fontes especializadas de inteligência de mercado, pesquisa de audiência, monitoramento digital, circulação e controle de mídia.



REPERTÓRIO – 8,4 PONTOS

O repertório é constituído por dez peças de diferentes formatos e meios, demonstrando diversidade de experiências em comunicação institucional e publicidade pública.

Destacam-se soluções como “Tamo junto nessa luta”, “Doar. A trend que veio para ficar”, “Faça o W de vacina e de vida” e “Você contribui, Nova Serrana cresce”, que apresentam conceitos pertinentes aos respectivos problemas de comunicação.

As peças apresentam bom nível de execução e acabamento, com adequada utilização de elementos gráficos, fotografias, cores, tipografia e adaptação aos diferentes meios.

Entretanto, parte do conjunto apresenta soluções mais convencionais e predominantemente informativas, sem o mesmo grau de elaboração conceitual observado nas melhores peças.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – 9,6 PONTOS

Foram apresentados dois relatos de soluções de problemas de comunicação, ambos estruturados com contextualização, identificação do problema, objetivos, definição de públicos, estratégia, ações e resultados.

O primeiro relato, referente à campanha de combate à dengue em Mateus Leme, apresenta dados epidemiológicos anteriores à campanha, estratégia de mobilização coletiva e resultados posteriores à execução, incluindo redução expressiva dos casos registrados e melhoria dos índices epidemiológicos.

O segundo relato, referente à campanha “Vacinar é Viver”, da Prefeitura de Candeias, apresenta dados de cobertura vacinal, definição dos públicos, segmentação das mensagens, utilização de diferentes meios e resultados superiores às metas estabelecidas.

Os relatos apresentam boas relações entre os problemas identificados e as soluções propostas, além de resultados objetivos e mensuráveis, acompanhados de referendo dos respectivos clientes.



Embora alguns trechos possam ser sintetizados e determinados resultados poderiam ser apresentados de forma ainda mais sistematizada, o conjunto demonstra planejamento publicitário, coerência entre problema e solução, relevância dos resultados e boa concatenação lógica.



Documento assinado digitalmente

THAIS DE PAULA PARREIRA

Data: 25/08/2026 15:51:04-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

P

ANEXO II – PLANILHA INDIVIDUAL
PROPOSTA TÉCNICA – AVALIAÇÕES IDENTIFICADAS
(INVÓLUCRO 3)

MEMBRO DA SUBCOMISSÃO: Thais de Paula Parreira

AGÊNCIA: ORIGINAL P&P

Quesito	Pontos
Capacidade de Atendimento	14,7
Repertório	8,4
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	9,6
TOTAL	32,7



Documento assinado digitalmente
THAIS DE PAULA PARREIRA
Data: 25/08/2026 15:54:22-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

A handwritten signature in black ink, located in the bottom right corner of the page.

ANÁLISE DAS PROPOSTAS DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

Ao analisar o INVÓLUCRO 3 (Identificado) apresentado pela empresa concorrente ao Processo Licitatório nº 095/2026 – Concorrência nº 006/2026, eu Thais de Paula Parreira, integrante da Subcomissão Técnica, cheguei às seguintes conclusões avaliativas:

AGÊNCIA VISUALIZE

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – 14,5 PONTOS

A empresa demonstra elevada capacidade técnica e operacional para atendimento ao objeto da licitação, apresentando carteira diversificada de clientes, com expressiva experiência em comunicação pública e institucional e relacionamentos de longa duração.

A equipe apresentada é multidisciplinar, contemplando profissionais de planejamento, atendimento, criação, direção de arte, redação, produção de rádio, televisão e cinema, produção gráfica, webdesign, programação, mídia, social media e administração, com experiência compatível com as funções desempenhadas.

As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais são apresentados de forma detalhada, incluindo sede própria, estações de trabalho, servidores, sistemas de backup, links independentes de internet, equipamentos de fotografia e vídeo, estúdio audiovisual, equipamentos de produção e dois veículos próprios.

A agência também apresenta sistema informatizado de gestão das atividades, permitindo o acompanhamento de jobs, tarefas, responsáveis, cronogramas, documentos, planos de mídia, histórico das alterações e etapas de execução, proporcionando organização e rastreabilidade.

A sistemática de atendimento é estruturada a partir do briefing, planejamento, criação, mídia, produção, aprovação e finalização, com diferentes canais de relacionamento e previsão de tratamento prioritário para situações emergenciais.

Quanto às informações de marketing, pesquisas de audiência e auditoria de mídia, são apresentadas ferramentas e fontes especializadas utilizadas pelo mercado publicitário,



além da possibilidade de realização de levantamentos próprios, pesquisas de campo, monitoramentos e análises de desempenho.

REPERTÓRIO – 8,2 PONTOS

O repertório apresentado reúne dez peças de diferentes formatos e meios, demonstrando experiência em comunicação institucional, campanhas educativas, eventos, comunicação pública e comunicação comercial.

Destacam-se conceitos como “Amar Indaiatuba”, “Fonte de orgulho pra gente”, “Não somos lixo”, “Amigos do Trânsito”, “Gente que realiza” e “Quem tá na luta merece crédito”, que demonstram capacidade de associar conceitos criativos aos problemas específicos de comunicação.

O acabamento técnico é, em geral, bom, com adequada utilização de fotografia, ilustração, tipografia, composição e identidade visual, além de capacidade de produção audiovisual.

Entretanto, parte das peças apresenta soluções mais convencionais e predominantemente informativas, sem o mesmo grau de elaboração criativa observado nas peças de maior destaque.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – 9,2 PONTOS

Foram apresentados dois relatos de soluções de problemas de comunicação, referentes às campanhas “Pagode do Mosquito”, da Prefeitura de Guaxupé, e “Pouso Alegre Sempre Limpa”, da Prefeitura de Pouso Alegre.

Os relatos apresentam contextualização dos problemas, objetivos, planejamento, estratégia de comunicação, ações executadas e resultados.

No primeiro caso, a agência identificou a dificuldade de gerar adesão da população às medidas preventivas contra a dengue e adotou linguagem baseada no humor, na música popular e no pagode, utilizando o mosquito como personagem e elemento central da campanha.



No segundo caso, a agência identificou o desgaste das campanhas tradicionais de limpeza urbana e desenvolveu estratégia baseada em situações do cotidiano, utilizando a atleta Bárbara Hellen como porta-voz e associando o conceito da campanha ao universo do karatê.

Os resultados apresentados são relevantes e acompanhados de indicadores quantitativos, incluindo alcance, impressões, interações, taxa de engajamento, aumento das ligações ao canal de denúncias, redução da recusa aos agentes de saúde e aumento da utilização de serviços municipais.

Apesar da consistência dos relatos, alguns resultados são apresentados de maneira extensa e poderiam ser hierarquizados de forma mais objetiva. Também se observa diferença entre as datas das campanhas e as datas de elaboração/referendo dos relatos, aspecto que reduz ligeiramente a clareza cronológica da exposição.



Documento assinado digitalmente

THAIS DE PAULA PARREIRA

Data: 25/08/2026 15:51:04-0300

Verifique em <https://validar.it.gov.br>

A handwritten signature in black ink, appearing to be a stylized letter 'P' or similar mark.

ANEXO II – PLANILHA INDIVIDUAL
PROPOSTA TÉCNICA – AVALIAÇÕES IDENTIFICADAS
(INVÓLUCRO 3)

MEMBRO DA SUBCOMISSÃO: Thais de Paula Parreira

AGÊNCIA: VISUALIZE

Quesito	Pontos
Capacidade de Atendimento	14,5
Repertório	8,2
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	9,2
TOTAL	31,9



Documento assinado digitalmente

THAIS DE PAULA PARREIRA

Data: 25/08/2026 15:54:22-0300

Verifique em <https://validar.it.gov.br>

P

ANÁLISE DAS PROPOSTAS DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

Processo Licitatório nº 095/2026

Concorrência nº 006/2026

INVÓLUCRO Nº 3 – IDENTIFICADO

Avaliador: José Rangel Santana Licitante:

CLAY ABREU

8.2.2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Nota: 13,8 / 15 pontos

A empresa demonstra boa capacidade de atendimento, apresentando mais de 27 anos de atuação no mercado e uma carteira composta por 32 clientes, incluindo duas Prefeituras e empresas de grande expressão. A experiência apresentada demonstra estrutura e permanência no mercado compatíveis com o objeto da licitação.

A equipe conta com aproximadamente 20 profissionais experientes, distribuídos entre diferentes áreas de atuação, demonstrando capacidade técnica para atender às demandas de comunicação.

A agência apresenta prédio próprio e parque tecnológico atualizado, indicando infraestrutura adequada para a execução dos serviços previstos no contrato.

O processo de atendimento é apresentado como dinâmico e humanizado, demonstrando preocupação com o relacionamento com o cliente. Entretanto, a descrição da sistemática poderia ser mais detalhada quanto às etapas e ao acompanhamento das demandas.

A empresa também demonstra possuir acesso a informações e bancos de dados para subsidiar ações de comunicação e marketing. De modo geral, apresenta capacidade adequada para o atendimento, embora alguns aspectos pudessem ser demonstrados com maior profundidade.

TOTAL: 13,8 pontos

8.2.3 – REPERTÓRIO

Nota: 7,6 / 10 pontos

O repertório apresentado demonstra diversidade de trabalhos e boas soluções criativas, com destaque para peças que conseguem transmitir informações relevantes de maneira



visualmente organizada. A utilização de diferentes formatos demonstra experiência em comunicação publicitária.

As peças apresentam boa qualidade de execução e acabamento, com destaque para a utilização de cores clean e organização visual. Entretanto, parte dos materiais apresenta soluções mais convencionais, o que reduz parcialmente a avaliação do conjunto.

TOTAL: 7,6 pontos

8.2.4 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Nota: 7,8 / 10 pontos

Os trabalhos apresentados demonstram preocupação com o planejamento e com a construção de soluções adequadas aos problemas de comunicação. Entretanto, a evidência do planejamento publicitário não se apresenta com o mesmo nível de detalhamento em todos os casos.

As soluções apresentadas possuem relação com os problemas abordados, destacando-se especialmente o trabalho relacionado ao Gibi, que transforma um tema relevante em uma abordagem de fácil compreensão para o público infantil.

Os resultados apresentados demonstram capacidade de comunicação, porém a proposta poderia apresentar indicadores mais objetivos que permitissem mensurar com maior clareza a relevância dos resultados obtidos.

De modo geral, a exposição apresenta alguns trabalhos bem resolvidos, especialmente o vídeo da campanha contra a violência e o Gibi, mas o conjunto poderia demonstrar maior consistência e uniformidade entre problema, solução e resultados.

TOTAL: 7,8 pontos

TOTAL EMPRESA – 29,2 / 35

QUADRO GERAL – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Quesitos	Pontos Totais	Pontos Empresa
Capacidade de Atendimento	15	13,8
Repertório	10	7,6
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	7,8
Total	35	29,2



José Rangel Santana de Freitas
Membro subcomissão técnica



ANÁLISE DAS PROPOSTAS DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

Processo Licitatório nº 095/2026

Concorrência nº 006/2026

INVÓLUCRO Nº 3 – IDENTIFICADO

Avaliador: José Rangel Santana Licitante:

FAZENDA

8.2.2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Nota: 13,5 / 15 pontos

A empresa demonstra boa capacidade de atendimento, apresentando mais de 17 anos de atuação e carteira composta por diferentes clientes, incluindo duas Prefeituras. A sede em Belo Horizonte e a experiência apresentada demonstram estrutura compatível com a execução dos serviços.

A equipe conta com aproximadamente 25 profissionais experientes, indicando capacidade para atender diferentes áreas da atividade publicitária.

A empresa possui prédio próprio e parque tecnológico atualizado, demonstrando infraestrutura adequada para o desenvolvimento das atividades previstas.

O processo de atendimento é estruturado em etapas, passando por atendimento, planejamento, criação, mídia, produção, execução e faturamento. A organização apresentada demonstra método de trabalho, embora o prazo indicado para planejamento e criação possa ser considerado relativamente extenso para determinadas demandas.

A empresa também possui acesso a informações e bancos de dados para subsidiar suas ações. De modo geral, apresenta estrutura adequada, embora alguns aspectos da operacionalidade e do porte possam ser melhor detalhados.

TOTAL: 13,5 pontos

8.2.3 – REPERTÓRIO

Nota: 7,6 / 10 pontos

O repertório apresenta ideias criativas e soluções capazes de abordar temas relevantes de maneira acessível. Destaca-se especialmente a utilização do Gibi como ferramenta para trabalhar um problema real de maneira lúdica e criar um gatilho de comunicação junto ao público infantil.



As peças apresentam qualidade de execução e materiais bem elaborados. Entretanto, parte do conjunto apresenta soluções mais simples, e algumas peças, como o outdoor mencionado, apresentam dificuldades de leitura e utilização de cores menos atrativas, reduzindo parcialmente a qualidade geral do acabamento.

TOTAL: 7,6 pontos

8.2.4 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Nota: 7,7 / 10 pontos

A proposta apresenta limitações na demonstração do planejamento publicitário, não ficando suficientemente clara a estrutura utilizada para desenvolvimento dos projetos apresentados.

A relação entre problema e solução mostra-se pertinente em alguns casos, destacando-se o Gibi como uma solução capaz de transformar um tema relevante em uma abordagem mais acessível. Entretanto, essa consistência não é observada de maneira uniforme em todo o material.

Os resultados apresentados poderiam ser mais claros e demonstrar de forma objetiva os efeitos das soluções desenvolvidas. O conjunto apresenta resultados mais perceptíveis em determinados trabalhos do que em outros.

A exposição apresenta limitações de concatenação e consistência no conjunto apresentado, sendo possível identificar maior efetividade especialmente no vídeo da campanha contra a violência e no Gibi.

TOTAL: 7,7 pontos

TOTAL EMPRESA – 28,8 / 35



QUADRO GERAL – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Quesitos	Pontos Totais	Pontos Empresa
Capacidade de Atendimento	15	13,5
Repertório	10	7,6
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	7,7
Total	35	28,8



José Rangel Santana de Freitas
Membro subcomissão técnica



ANÁLISE DAS PROPOSTAS DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

Processo Licitatório nº 095/2026

Concorrência nº 006/2026

INVÓLUCRO Nº 3 – IDENTIFICADO

Avaliador: José Rangel Santana Licitante:

LUME

8.2.2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Nota: 13,6 / 15 pontos

A empresa demonstra elevada capacidade de atendimento, apresentando mais de 35 anos de atuação na comunicação pública e experiência com grandes cidades, evidenciando tradição e reconhecimento no mercado.

A equipe conta com aproximadamente 40 profissionais experientes, além de estagiários, demonstrando estrutura multidisciplinar e capacidade de atendimento às diferentes etapas da atividade publicitária.

A agência apresenta prédio próprio e parque tecnológico atualizado, além de software destinado a centralizar as etapas operacionais, proporcionando maior organização e controle das atividades.

O processo de atendimento é apresentado de maneira dinâmica, com imersão estratégica, desenvolvimento de soluções e suporte direcionado a resultados. A estrutura demonstra capacidade de organização e acompanhamento das demandas.

A empresa também demonstra acesso a diferentes informações e bancos de dados para apoiar seus clientes. O conjunto da proposta indica capacidade operacional elevada para atendimento ao Município.

TOTAL: 13,6 pontos

8.2.3 – REPERTÓRIO

Nota: 7,7/ 10 pontos

O repertório apresenta ideias criativas e trabalhos desenvolvidos com identidades visuais marcantes. Destacam-se campanhas como IPTU, vacinação e trabalhos relacionados aos municípios apresentados, demonstrando capacidade de desenvolver comunicação para diferentes objetivos.



As peças apresentam boa qualidade de execução e acabamento, com materiais bem elaborados e domínio técnico. A diversidade dos formatos apresentados contribui positivamente para a avaliação do repertório.

TOTAL: 7,7 pontos

8.2.4 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Nota: 8 / 10 pontos

Os relatos apresentados demonstram evidências claras de planejamento, com projetos estruturados a partir de problemas específicos e soluções desenvolvidas de maneira intencional. Os conceitos apresentados mostram que as campanhas foram planejadas para alcançar seus objetivos de comunicação.

As soluções demonstram consistência entre os problemas identificados e as estratégias adotadas, especialmente quando a comunicação é integrada a diferentes meios para ampliar o alcance das mensagens.

Os resultados apresentados possuem relevância e demonstram que as ações foram capazes de produzir efeitos junto aos públicos pretendidos.

A exposição apresenta boa sequência lógica e permite compreender o desenvolvimento dos projetos desde o problema até os resultados obtidos. Como ponto de aprimoramento, alguns resultados poderiam ser apresentados com indicadores mais objetivos e sistematizados.

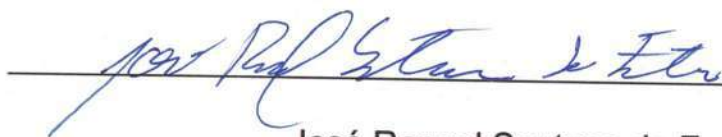
TOTAL: 8 pontos

TOTAL EMPRESA – 29,3 / 35



QUADRO GERAL – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Quesitos	Pontos Totais	Pontos Empresa
Capacidade de Atendimento	15	13,6
Repertório	10	7,7
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	8
Total	35	29,3



José Rangel Santana de Freitas
Membro subcomissão técnica



ANÁLISE DAS PROPOSTAS DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

Processo Licitatório nº 095/2026

Concorrência nº 006/2026

INVÓLUCRO Nº 3 – IDENTIFICADO

Avaliador: José Rangel Santana Licitante:

ORIGINAL P&P

8.2.2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Nota: 14,8 / 15 pontos

A empresa demonstra elevada capacidade de atendimento, com mais de 20 anos de atuação no mercado e carteira composta por aproximadamente 25 clientes, em sua maioria do setor público. A existência de prédio próprio e a experiência apresentada demonstram estrutura compatível com o atendimento ao objeto da licitação.

A agência possui mais de 20 colaboradores com formação pertinente às atividades publicitárias, indicando equipe multidisciplinar e capacidade para atender diferentes etapas da execução dos serviços.

A infraestrutura apresentada é adequada, contando com prédio próprio e equipamentos de tecnologia atualizados para atender às demandas dos clientes.

Destaca-se positivamente a utilização de software próprio para gerenciamento dos setores de produção, permitindo integração das áreas e acompanhamento por meio de relatórios diários. A solução demonstra organização e capacidade de acompanhamento do relacionamento com o cliente.

A empresa apresenta acesso a informações e bancos de dados para subsidiar suas ações de comunicação. As informações de marketing disponibilizadas sem ônus adicional mostram-se suficientes para apoiar o planejamento. Soma-se a isso a experiência anterior junto a diversos municípios, demonstrando capacidade operacional para atendimento à Prefeitura de Formiga.

Como ponto de atenção, foi identificada uma referência equivocada à Câmara Municipal de Nova Lima em determinado trecho relacionado ao marketing digital, o que constitui pequena falha de contextualização, sem comprometer a capacidade geral de atendimento apresentada.

TOTAL: 14,8 pontos



8.2.3 – REPERTÓRIO

Nota: 9,5 / 10 pontos

O repertório apresenta ideias criativas e trabalhos com identidades visuais marcantes, demonstrando capacidade de desenvolver soluções para diferentes problemas de comunicação. Destacam-se as campanhas de IPTU, vacinação e os trabalhos relacionados aos municípios apresentados.

As peças possuem boa qualidade de execução e acabamento, tanto nos materiais impressos quanto nos audiovisuais. A utilização de diferentes formatos demonstra domínio técnico e capacidade de adaptação das soluções aos meios de comunicação. O pênscard impresso também apresenta um diferencial de execução que contribui positivamente para a avaliação do conjunto.

TOTAL: 9,5 pontos

8.2.4 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Nota: 9,6 / 10 pontos

Os relatos apresentados demonstram planejamento publicitário consistente, com soluções construídas a partir de conceitos claros. Destaca-se a campanha **“Tamo Junto Nessa Luta”**, que sintetiza de maneira objetiva a ideia de união entre Governo e comunidade no combate à dengue.

A relação entre problema e solução mostra-se consistente, especialmente ao utilizar a comunicação como instrumento de mobilização coletiva e aproximação entre o Poder Público e a população.

Os resultados apresentados demonstram relevância e capacidade de alcance das ações desenvolvidas, evidenciando que as soluções foram além da produção de peças visuais e estiveram associadas a ações efetivas junto à comunidade.

A exposição apresenta boa sequência lógica entre problema, estratégia, solução e resultado, permitindo compreender como as ações de comunicação contribuíram para o objetivo proposto.

TOTAL: 9,6 pontos

TOTAL EMPRESA – 33,9 / 35



QUADRO GERAL – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Quesitos	Pontos Totais	Pontos Empresa
Capacidade de Atendimento	15	14,8
Repertório	10	9,5
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	9,6
Total	35	33,9



José Rangel Santana de Freitas
Membro subcomissão técnica



ANÁLISE DAS PROPOSTAS DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

Processo Licitatório nº 095/2026

Concorrência nº 006/2026

INVÓLUCRO Nº 3 – IDENTIFICADO

Avaliador: José Rangel Santana Licitante:

VISUALIZE

8.2.2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Nota: 13,5 / 15 pontos

A empresa demonstra elevada capacidade de atendimento, apresentando atuação desde 1988 e carteira composta por diferentes perfis de clientes, incluindo Prefeituras, Câmaras Municipais, empresas e associações. A diversidade e o porte dos clientes atendidos demonstram experiência compatível com o objeto da licitação.

A equipe apresentada conta com aproximadamente 15 profissionais com longa permanência na empresa, muitos deles com experiência acumulada em grandes organizações, indicando estabilidade e conhecimento técnico.

A agência apresenta infraestrutura ampla e equipes especializadas em diferentes áreas de atuação, demonstrando capacidade para atender às demandas de comunicação de forma integrada.

O relacionamento com os clientes é realizado por diferentes canais, incluindo e-mail, telefone, Microsoft Teams, WhatsApp e reuniões presenciais. A existência de um método de trabalho organizado por etapas contribui para a operacionalidade do atendimento.

A empresa também demonstra possuir acesso a diferentes fontes de informação e bancos de dados para elaboração das ações de comunicação e marketing. De maneira geral, apresenta estrutura sólida e adequada ao atendimento.

TOTAL: 13,5 pontos

8.2.3 – REPERTÓRIO

Nota: 7,9 / 10 pontos

O repertório apresentado demonstra boas ideias criativas e diversidade de identidades visuais, evidenciando capacidade de adaptação a diferentes problemas e públicos.



As peças apresentam boa qualidade de execução e acabamento, tanto nos materiais impressos quanto nas peças audiovisuais. Destaca-se também a facilidade de compreensão e a apresentação intuitiva dos materiais, contribuindo para a eficiência da comunicação.

TOTAL: 7,9 pontos

8.2.4 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Nota: 8 / 10 pontos

Os relatos apresentam evidências de planejamento e utilização de conceitos capazes de facilitar a memorização da mensagem. Destaca-se a estratégia de utilização de música como elemento de fixação, criando uma associação imediata entre o conteúdo e a campanha.

A relação entre problema e solução é apresentada de forma coerente, especialmente na campanha relacionada à dengue, na qual o slogan e a utilização de elementos musicais contribuíram para a aceitação da mensagem.

Os resultados apresentados demonstram eficiência na comunicação, com alcance da população e repercussão nas redes sociais, indicando capacidade de gerar engajamento.

A exposição permite compreender a relação entre a estratégia desenvolvida e os resultados alcançados, embora alguns elementos pudessem ser apresentados de maneira mais objetiva e sistematizada.

TOTAL: 8 pontos

TOTAL EMPRESA – 29,4 / 35



QUADRO GERAL – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Quesitos	Pontos Totais	Pontos Empresa
Capacidade de Atendimento	15	13,5
Repertório	10	7,9
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	8
Total	35	29,4



José Rangel Santana de Freitas
Membro subcomissão técnica



Avaliação Rangel

	Capacidade de Atendimento (15pts)	Repertório (10 pts)	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10pts)	Total
Clay Abreu	13,8	7,6	7,8	29,2
Fazenda	13,5	7,6	7,7	28,8
Lume	13,6	7,7	8	29,3
Original P&P	14,8	9,5	9,6	33,9
Visualize	13,5	7,9	8	29,4
				0

Avaliação Thiago

	Capacidade de Atendimento (15pts)	Repertório (10 pts)	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10pts)	Total
Clay Abreu	14,2	9,3	8,7	32,2
Fazenda	10,8	7,2	7	25
Lume	14,3	8,8	9,2	32,3
Original P&P	13,7	9	9,2	31,9
Visualize	14,6	9,8	10	34,4

Avaliação Thaís

	Capacidade de Atendimento (15pts)	Repertório (10 pts)	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10pts)	Total
Clay Abreu	14	8	6,1	28,1
Fazenda	14,7	8,6	9,4	32,7
Lume	14,8	8,8	9,5	33,1
Original P&P	14,7	8,4	9,6	32,7
Visualize	14,5	8,2	9,2	31,9

Resultado:				
	Rangel	Thiago	Thaís	
Clay Abreu	29,2	32,2	28,1	89,5
Fazenda	28,8	25	32,7	86,5
Lume	29,3	32,3	33,1	94,7
Original P&P	33,9	31,9	32,7	98,5
Visualize	29,4	34,4	31,9	95,7
				31,90

[Handwritten signatures and marks]

Avaliação Rangel

	Capacidade de Atendimento (15pts)
Clay Abreu	13,8
Fazenda	13,5
Lume	13,6
Original P&P	14,8
Visualize	13,5

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Avaliação Thiago

	Capacidade de Atendimento (15pts)
Clay Abreu	14,2
Fazenda	10,8
Lume	14,3
Original P&P	13,7
Visualize	14,6

AvaliaçãoThaís

	Capacidade de Atendimento (15pts)
Clay Abreu	14
Fazenda	14,7
Lume	14,8
Original P&P	14,7
Visualize	14,5

EMPRESA

Clay Abreu

Avaliação: Rangel	13,8
Avaliação:Thiago	14,2
Avaliação:Thaís	14
Média:	14

EMPRESA

Fazenda

Avaliação: Rangel	13,5
Avaliação:Thiago	10,8
Avaliação:Thaís	14,7
Média:	13

EMPRESA

Lume

Avaliação: Rangel	13,6
Avaliação:Thiago	14,3
Avaliação:Thaís	14,8
Média:	R\$ 14,2

EMPRESA

Original P&P

Avaliação: Rangel	14,8
Avaliação:Thiago	13,7
Avaliação:Thaís	14,7
Média:	14,4

EMPRESA

Visualize

Avaliação: Rangel	13,5
Avaliação:Thiago	14,6
Avaliação:Thaís	14,5
Média:	14,2

Resumo: Capacidade de Atendimento (15pts)



EMPRESA	
Clay Abreu	
Média:	14

EMPRESA	
Fazenda	
Média:	13

EMPRESA	
Lume	
Média:	R\$ 14,2

EMPRESA	
Original P&P	
Média:	14,4

EMPRESA	
Visualize	
Média:	14,2

Avaliação Rangel

Repertório (10 pts)	
Clay Abreu	7,6
Fazenda	7,6
Lume	7,7
Original P&P	9,5
Visualize	7,9

Avaliação Thiago

Repertório (10 pts)	
Clay Abreu	9,3
Fazenda	7,2
Lume	8,8
Original P&P	9
Visualize	9,8

AvaliaçãoThais

Repertório (10 pts)	
Clay Abreu	8
Fazenda	8,6
Lume	8,8
Original P&P	8,4
Visualize	8,2

EMPRESA

Clay Abreu

Avaliação: Rangel	7,6
Avaliação:Thiago	9,3
Avaliação:Thais	8
Média:	8,3

EMPRESA

Fazenda

Avaliação: Rangel	7,6
Avaliação:Thiago	7,2
Avaliação:Thais	8,6
Média:	7,8

EMPRESA

Lume

Avaliação: Rangel	7,7
Avaliação:Thiago	8,8
Avaliação:Thais	8,8
Média:	R\$ 8,4

EMPRESA

Original P&P

Avaliação: Rangel	9,5
Avaliação:Thiago	9
Avaliação:Thais	8,4
Média:	9,0

EMPRESA

Visualize

Avaliação: Rangel	7,9
Avaliação:Thiago	9,8
Avaliação:Thais	8,2
Média:	8,6

Resumo: REPERTÓRIO

EMPRESA

Clay Abreu

Média:	8,3
--------	-----

EMPRESA

Fazenda

Média:	8,6
--------	-----

EMPRESA

Lume

Média:	R\$ 8,4
--------	---------

EMPRESA

Original P&P

Média:	9,0
--------	-----

EMPRESA

Visualize

Média:	8,6
--------	-----

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10pts)

Avaliação Rangel	
Clay Abreu	7,8
Fazenda	7,7
Lume	8
Original P&P	9,6
Visualize	8

Avaliação Thiago	
Clay Abreu	8,7
Fazenda	7
Lume	9,2
Original P&P	9,2
Visualize	10

AvaliaçãoThais	
Clay Abreu	6,1
Fazenda	9,4
Lume	9,5
Original P&P	9,6
Visualize	9,2

EMPRESA	
Clay Abreu	
Avaliação: Rangel	7,8
Avaliação:Thiago	8,7
Avaliação:Thais	6,1
Média:	7,5

EMPRESA	
Fazenda	
Avaliação: Rangel	7,7
Avaliação:Thiago	7
Avaliação:Thais	9,4
Média:	8,0

EMPRESA	
Lume	
Avaliação: Rangel	8
Avaliação:Thiago	9,2
Avaliação:Thais	9,5
Média:	R\$ 8,9

EMPRESA	
Original P&P	
Avaliação: Rangel	9,6
Avaliação:Thiago	9,2
Avaliação:Thais	9,6
Média:	9,5

EMPRESA	
Visualize	
Avaliação: Rangel	8
Avaliação:Thiago	10
Avaliação:Thais	9,2
Média:	9,1

Resumo:Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (10pts)

EMPRESA	
Clay Abreu	
Média:	7,5

EMPRESA	
Fazenda	
Média:	8,0

EMPRESA	
Lume	
Média:	R\$ 8,9

EMPRESA	
Original P&P	
Média:	9,5

EMPRESA	
Visualize	
Média:	9,1

GERAL

EMPRESA	
Clay Abreu	
ITEM	MÉDIA GERAL
Capacidade de atendimento	14
Repertório (10 pts)	8,3
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	7,5
Média:	9,9

EMPRESA	
Fazenda	
ITEM	MÉDIA GERAL
Capacidade de atendimento	13,0
Repertório (10 pts)	8,6
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	8,0
Média:	9,9

EMPRESA	
Lume	
ITEM	MÉDIA GERAL
Capacidade de atendimento	14,2
Repertório (10 pts)	8,4
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	8,9
Média:	10,5

EMPRESA	
Original P&P	
ITEM	MÉDIA GERAL
Capacidade de atendimento	14,4
Repertório (10 pts)	9,0
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	9,5
Média:	10,9

EMPRESA	
Visualize	
ITEM	MÉDIA GERAL
Capacidade de atendimento	14,2
Repertório (10 pts)	8,6
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	9,1
Média:	10,6