

Concorrência nº 90002/2025
Processo nº - 04600.001341/2024-70

Ata de Julgamento do Invólucro nº 1- Via Não identificada

1. A Subcomissão Técnica, designada por meio do sorteio cujo resultado foi publicado no DOU em 10/06/2026, Edição: 106, Seção: 2, Página: 47, em atenção ao Edital de Concorrência nº 90002/2025, reuniu-se entre o período de 22/06/2026 a 18/08/2026, na sede da Enap, localizada no Setor Policial Sul (SPO), Área Especial 2-A, Brasília-DF, para atuar na Concorrência, para conferência, análise, julgamento e pontuação das propostas técnicas dos invólucros nº 1 contendo o Plano de Comunicação Digital — Via Não Identificada, referentes a contratação de (1) empresa prestadora de serviços de comunicação digital, apresentadas pelas 8 (oito) licitantes proponentes da concorrência nº 90002/2025.
2. Os invólucros contendo as propostas foram entregues a esta subcomissão técnica e foram identificados, sequencialmente e de forma aleatória, de “1” a “8”. Quando da abertura e análise das propostas, esta Subcomissão Técnica interpretou e aplicou as regras estabelecidas no edital, seus anexos e apêndices, buscou atingir as finalidades do certame de modo a assegurar a contratação da proposta mais vantajosa e a igualdade de oportunidades de participação dos interessados.
3. Cada membro da Subcomissão Técnica analisou, julgou e justificou as propostas de forma individual para posterior consolidação das planilhas de avaliações das propostas técnicas dos invólucros acima referidos.
4. Acerca das propostas recebidas e analisadas, constata-se que o Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada apresentado no Envelope 4 encontra-se em desconformidade com o subitem 3.2, alínea "b", do Apêndice III do Edital, que exige capa e contracapa em papel A4, branco, com gramatura de 90 g/m². A proposta apresenta capa em material transparente e contracapa em cor preta, em descumprimento à especificação editalícia quanto ao padrão de acabamento exigido para o caderno.
5. Tal desconformidade não se limita a um vício meramente formal, na medida em que o uso de capa transparente e contracapa em cor destoante do padrão branco estabelecido constitui elemento objetivamente apto a diferenciar visualmente o exemplar da LICITANTE em relação aos demais, possibilitando sua identificação antes da abertura do Invólucro nº 2 — conduta

expressamente vedada pelo subitem 3.2.5 do Apêndice III, que determina que o Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada não poderá conter qualquer elemento que viabilize a identificação de sua autoria nessa fase do certame.

6. Nos termos do subitem 4.4, alínea "a", será desclassificada a Proposta Técnica que apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada antes da abertura do Invólucro nº 2. Ainda que o subitem 4.4.1 faculte à Subcomissão Técnica relevância aspectos puramente formais que não comprometam a lisura e o caráter competitivo da concorrência, a irregularidade ora apontada não se enquadra nessa hipótese, porquanto a alteração do padrão de capa e contracapa gera, por si só, potencial de individualização do exemplar, comprometendo a paridade e o sigilo de autoria que a norma editalícia visou assegurar entre as licitantes.
7. Diante do exposto, recomenda-se a desclassificação da Proposta Técnica apresentada no Envelope 4, com fundamento no subitem 4.4, alínea "a", do Apêndice III do Edital, por descumprimento do subitem 3.2, alínea "b", c/c subitem 3.2.5, devendo a ocorrência ser formalmente registrada em ata da Subcomissão Técnica, com a devida fundamentação, para fins de resguardo em eventual recurso administrativo ou representação perante o TCU.
8. Constitui anexo à presente ata 3 (três) planilhas, sendo 1 (uma) planilha de pontuação resumida das licitantes, 1 (uma) planilha com pontuação detalhada das licitantes e 1 (uma) planilha com a avaliação individualizada por parte dos membros da Subcomissão Técnica, com as respectivas justificativas consolidadas. Estas informações estão sendo remetidas à Comissão Especial de Licitação juntamente com as propostas técnicas das licitantes, cujos envelopes foram lacrados com vistas a preservar o conteúdo.

Brasília, 18 de agosto de 2026.

Subcomissão Técnica



Documento assinado digitalmente
DENISE VIANNA KOCHE
Data: 18/08/2026 18:42:41-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Denise Vianna Köche, SIAPE 333****



Documento assinado digitalmente
MARIANA MARQUES FERREIRA
Data: 19/08/2026 08:37:09-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Mariana Marques Ferreira, SIAPE 170****



Documento assinado digitalmente
LARISSA GUEDES MENEZES
Data: 18/08/2026 21:27:32-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Larissa Guedes Menezes, SIAPE 50****

Pontuação resumida por licitante

Invólucro e conceito	Raciocínio Básico	Estratégia	Solução	Implementação	Pontuação total
Invólucro 1 - Conocimiento que forma gigantes	5.8	19.2	14.0	10.8	49.8
Invólucro 2 - Conectados pelo conhecimento	6.0	19.8	13.8	14.8	54.5
Invólucro 3 - O conhecimento nos conecta	8.6	18.4	16.0	13.2	56.1
Invólucro 4 - Estado que se transforma, conhecimento que se conecta.	6.5	11.7	11.5	12.3	42.0
Invólucro 5 - EVG: Gestão Pública de qualidade faz o país avançar para todos.	6.6	10.7	16.2	14.5	47.9
Invólucro 6 - Conhecimento que atravessa fronteiras	10.0	22.7	22.0	15.0	69.7
Invólucro 7 - Uma escola. Novas fronteiras. Um propósito.	7.3	18.5	15.4	12.3	53.6
Invólucro 8 - Excelência pública do Brasil para a América Latina	7.3	10.9	16.0	11.0	45.2

Classificação final	Pontuação
1 Invólucro 6 - Conhecimento que atravessa fronteiras	69.7
2 Invólucro 3 - O conhecimento nos conecta	56.1
3 Invólucro 2 - Conectados pelo conhecimento	54.5
4 Invólucro 7 - Uma escola. Novas fronteiras. Um propósito.	53.6
5 Invólucro 1 - Conocimiento que forma gigantes	49.8
6 Invólucro 5 - EVG: Gestão Pública de qualidade faz o país avançar para todos.	47.9
7 Invólucro 8 - Excelência pública do Brasil para a América Latina	45.2
8 Invólucro 4 - Estado que se transforma, conhecimento que se conecta.	42.0

Pontuação detalhada por licitante

Invólucro e conceito	Raciocínio Básico				Estratégia				Solução				Implementação				Pontuação total
	AV1	AV2	AV3	Total	AV1	AV2	AV3	Total	AV1	AV2	AV3	Total	AV1	AV2	AV3	Total	
Invólucro 1 - Conocimiento que forma gigantes	5.5	6	5.8	5.8	19	19	19.5	19.2	16	14	12	14.0	10	10.5	12	10.8	49.8
Invólucro 2 - Conectados pelo conhecimento	6.5	6.5	5	6.0	20	21	18.5	19.8	15.5	14	12	13.8	15	15	14.5	14.8	54.5
Invólucro 3 - O conhecimento nos conecta	8.5	9	8.33	8.6	18	18	19.1	18.4	16	15	17	16.0	13	12	14.5	13.2	56.1
Invólucro 4 - Estado que se transforma, conhecimento que se conecta.	7	6.5	6	6.5	12	12	11	11.7	10	10	14.5	11.5	11	12.5	13.5	12.3	42.0
Invólucro 5 - EVG: Gestão Pública de qualidade faz o país avançar para todos.	7	7	5.8	6.6	12	10	10	10.7	17	17	14.5	16.2	15	15	13.5	14.5	47.9
Invólucro 6 - Conhecimento que atravessa fronteiras	10	10	10	10.0	22	22	24	22.7	20	22	24	22.0	15	15	15	15.0	69.7
Invólucro 7 - Uma escola. Novas fronteiras. Um propósito.	7	7	8	7.3	18	17	20.5	18.5	14	15	17.3	15.4	13	12	12	12.3	53.6
Invólucro 8 - Excelência pública do Brasil para a América Latina	7	7	8	7.3	10	10	12.7	10.9	15	15	18	16.0	10	12	11	11.0	45.2

CONTRATAÇÃO EMPRESA PRESTADORA SERVIÇOS COMUNICAÇÃO DIGITAL CONCORRÊNCIA No 90002/2025

Avaliação detalhada do Plano Digital de Comunicação por licitante - pontuações e justificativas

Invólucro 1:		Conocimiento que forma gigantes					
Raciocínio Básico	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas	
Análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto ao qual se insere.						Resumo: Trata-se de um Raciocínio Básico bem estruturado, coeso e aderente ao briefing, demonstrando pesquisa institucional além do conteúdo mínimo fornecido pela Enap. Entretanto, perde pontos por não realizar efetivamente o diagnóstico solicitado, limitar-se em diversos momentos à reprodução interpretada do briefing e não apresentar análise de mídia, estudo de usuário, mapa de empatia ou avaliação concreta de riscos e oportunidades, elementos expressamente valorizados pelo edital.	
Diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas.							
Compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.	5.5	6	5.8	5.8	10		
Estratégia de Comunicação	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas	
Explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a solução de comunicação digital.						Resumo: A Estratégia de Comunicação Digital é coesa, bem organizada e alinhada ao desafio central de internacionalização da Enap e promoção da EV.G, apresentando boa segmentação de públicos, cronologia consistente, linha criativa clara e utilização adequada dos canais digitais. Entretanto, não atinge nível de excelência compatível com pontuação máxima, principalmente porque deixa de desenvolver de forma efetiva requisitos expressamente exigidos no briefing, como análise de mídia, estudo de usuário, mapa de empatia, diagnóstico de riscos e oportunidades e uma estratégia mais robusta compatível com o desafio internacional. Além disso, parte relevante da construção estratégica decorre da interpretação do briefing, com limitada evidência de pesquisa própria aplicada à formulação da estratégia.	
Proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta (o que fazer, quando fazer, quais recursos, que outros ambientes usar, diretrizes editoriais e de tagueamento, públicos e resultados esperados).	19	19	19.5	19.2	25		
Solução de Comunicação Digital	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas	
Relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing. Detalhamento deve contemplar: especificação, dinâmica ou mecanismo de cada ação/peça, sua finalidade, público-alvo e funções táticas.						Resumo: Apresenta boa quantidade de ações, coerência com a estratégia criativa e cobertura satisfatória dos principais canais digitais, especialmente para divulgação institucional da Enap e promoção da EV.G. Entretanto, a proposta perde pontos por se limitar de maneira visual, trazendo pouco ousadia como o próprio conceito de "gigantes" propõe. Destaca-se, em especial, a peça 3, cuja composição não permite identificar com clareza a mensagem pretendida e pode ser interpretada como inadequada, evidenciando, ainda, deficiência de proporção e integração visual.	
Exemplos de ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior.	16	14	12	14.0	25		
Plano de Implementação	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas	
Cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção e conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos.						Resumo: O Plano de Implementação possui boa estrutura metodológica, organização por fases e aderência geral ao horizonte temporal de 12 meses, demonstrando preocupação com planejamento, desenvolvimento, execução e monitoramento. Entretanto, a proposta apresenta fragilidades relevantes e objetivamente verificáveis, que justificam perda expressiva de pontuação: divergência de quantitativos entre cronograma, justificativas e orçamento; divergência de valores unitários no item de diagramação de eBooks; ausência dos percentuais de investimento exigidos expressamente pelo edital.	
Orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica.	10	10.5	12	10.8	15		
TOTAL GERAL				49.8	75		

Invólucro 2:		Conectados pelo conhecimento				
Raciocínio Básico	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto ao qual se insere.	6.5	6.5	5	6.0	10	Resumo: A proposta demonstra grau de compreensão institucional, contextualizando adequadamente o papel da Enap. O documento incorpora elementos que extrapolam o conteúdo do briefing, evidenciando pesquisa própria. A proposta, porém, não demonstra de forma transparente a pertinência entre os aspectos apresentados e as necessidades de comunicação digital identificadas, restringindo-se a reproduzir o objetivo já constante do briefing, sem elaborar diagnóstico próprio. Embora mencione elementos exigidos, como estudo de usuário, mapa de empatia, análise de mídia e gestão de riscos, tais componentes não são efetivamente desenvolvidos ou apresentados como diagnóstico estruturado. □
Diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas.						
Compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.						
Estratégia de Comunicação	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a solução de comunicação digital.	20	21	18.5	19.8	25	Resumo: A estratégia apresenta forte aderência ao briefing. O conceito "Conectados pelo Conhecimento" é consistente, alinhado ao objetivo de cooperação internacional e adequadamente articulado com os valores institucionais da Enap. A proposta desenvolve um modelo robusto de comunicação digital. A pontuação máxima não é alcançada porque requisitos específicos do briefing, especialmente estudo de usuário, mapa de empatia e análise de mídia, não são evidenciados. Além disso, a proposta apresenta segmentação e identificação dos públicos de forma resumida, com breve descrição do foco de comunicação e dos desdobramentos possíveis do conceito, porém não explicita os efeitos e resultados esperados no relacionamento com esses públicos.
Proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta (o que fazer, quando fazer, quais recursos, que outros ambientes usar, diretrizes editoriais e de tagueamento, públicos e resultados esperados).						
Solução de Comunicação Digital	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing. Detalhamento deve contemplar: especificação, dinâmica ou mecanismo de cada ação/peça, sua finalidade, público-alvo e funções táticas.	15.5	14	12	13.8	25	Resumo: A solução de comunicação apresenta coerência com a estratégia formulada e forte integração entre as ações propostas, os públicos-alvo e os objetivos institucionais. As peças são detalhadas de forma consistente, com indicação clara de finalidade, função tática, público prioritário e inserção na jornada de comunicação. Falta materialização da análise de mídia, aparecendo apenas como monitoramento. Não há transparência quanto à segmentação de público-alvo nas peças apresentadas, não sendo possível identificar de forma clara a adequação de cada ação e/ou peça ao perfil dos respectivos segmentos. As peças apresentam deficiências técnicas relevantes de execução, com destoância em relação à identidade visual institucional vigente e baixo padrão de acabamento gráfico.
Exemplos de ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior.						
Plano de Implementação	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção e conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos.	15	15	14.5	14.8	15	Resumo: O plano de implementação apresenta elevado nível de consistência técnica, com etapas adequadamente organizadas e coerentes com os objetivos da contratação, evidenciando compreensão do processo de implementação. Os públicos estão vinculados às ações propostas e à lógica de relacionamento prevista na estratégia. O orçamento demonstra elevado grau de organização e coerência financeira, contemplando valores absolutos, percentuais de investimento, distribuição por produtos e ausência de inconsistências identificáveis entre quantitativos e valores apresentados. Embora o cronograma gráfico não esteja integralmente textualizado, há consistência com orçamento e entregas.
Orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica.						
TOTAL GERAL				54.5	75	

Invólucro 3:		O conhecimento nos conecta				
Raciocínio Básico	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto ao qual se insere.	8.5	9	8.3	8.6	10	Resumo: A proposta demonstra compreensão adequada da missão institucional da Enap e da relevância da EV.G para a internacionalização da instituição. O documento contextualiza a atuação da Enap em relação a outras escolas de governo internacionais e apresenta referências adicionais ao briefing, evidenciando esforço de pesquisa. O principal diferencial da proposta é a realização de análise de mídia, SWOT, diagnóstico reputacional e identificação de riscos e oportunidades de comunicação, aspectos expressamente exigidos pelo briefing e pouco explorados pelas demais concorrentes. Ainda assim, a proposta não apresenta o estudo de usuário nem o mapa de empatia exigidos, limitando o atendimento integral do quesito.
Diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas.						
Compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.						
Estratégia de Comunicação	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a solução de comunicação digital.	18	18	19.1	18.4	25	Resumo: A estratégia é organizada e coerente, estruturada em quatro eixos temáticos relacionados a posicionamento institucional, promoção da EV.G, engajamento e reputação digital. O conceito "O Conhecimento nos Conecta" apresenta alinhamento institucional e permite desdobramentos adequados para os diferentes públicos e objetivos da campanha. A proposta contempla recursos próprios e complementares, públicos estratégicos e cronograma razoavelmente consistente. Entretanto, apresenta fragilidades, especialmente pela ausência de linhas editoriais detalhadas, estrutura de tagueamento mais robusta e mecanismos efetivos de segmentação por perfis comportamentais. Há ainda ausência de mapa de empatia e de materialização do estudo de usuário, reduzindo a capacidade de personalização da estratégia.
Proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta (o que fazer, quando fazer, quais recursos, que outros ambientes usar, diretrizes editoriais e de tagueamento, públicos e resultados esperados).						
Solução de Comunicação Digital	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing. Detalhamento deve contemplar: especificação, dinâmica ou mecanismo de cada ação/peça, sua finalidade, público-alvo e funções táticas.	16	15	17	16.0	25	Resumo: A solução de comunicação atende formalmente aos requisitos do edital. Observa-se coerência geral com os eixos estratégicos e adequada vinculação aos objetivos da campanha. Entretanto, predominam formatos tradicionais, como posts, boletins, banners, webinars e podcasts, sem apresentar mecanismos mais sofisticados de relacionamento institucional ou jornadas digitais diferenciadas para os públicos decisores.
Exemplos de ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior.						
Plano de Implementação	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção e conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos.	13	12	14.5	13.2	15	Resumo: O Plano de Implementação atende aos critérios do edital. O cronograma é apresentado de forma detalhada e adequada. O orçamento demonstra eficiência, economicidade e otimização adequada dos recursos alocados. A proposta apresenta fragilidade, não evidenciando consistência técnica suficiente na argumentação e defesa do plano, o que fundamenta a redução da pontuação.
Orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica.						
TOTAL GERAL				56.1	75	

Invólucro 4:		Estado que se transforma, conhecimento que se conecta.					
Raciocínio Básico		AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto ao qual se insere.		7	6.5	6	6.5	10	Resumo: A proposta demonstra compreensão institucional da Enap. O conteúdo evidencia pesquisa própria, porém de forma superficial e maior uso de dados presentes no briefing e de forma descritiva, pouco analítica. O diagnóstico de comunicação apresenta os canais digitais da instituição, identificando desafios relacionados à regionalização, produção em espanhol, presença internacional e fortalecimento da reputação institucional. A SWOT apresentada é consistente e gera recomendações diretamente vinculadas aos problemas identificados. A principal limitação permanece na ausência de apresentação efetiva do estudo de usuário e do mapa de empatia exigidos pelo briefing.
Diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas.							
Compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.							
Estratégia de Comunicação		AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a solução de comunicação digital.		12	12	11	11.7	25	Resumo: A estratégia é consistente e apresenta aderência aos objetivos da Enap. O conceito "Estado que se transforma, conhecimento que conecta" apresenta compatibilidade com a missão institucional. Destaca-se a definição clara de diretrizes editoriais, linguagem e tagueamento. A principal perda de pontuação decorre da defesa de fases, apresentada de forma superficial, e da ausência de estudo de usuário e mapa de empatia efetivamente apresentados, bem como de KPIs pouco sofisticados.
Proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta (o que fazer, quando fazer, quais recursos, que outros ambientes usar, diretrizes editoriais e de tagueamento, públicos e resultados esperados).							
Solução de Comunicação Digital		AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing. Detalhamento deve contemplar: especificação, dinâmica ou mecanismo de cada ação/peça, sua finalidade, público-alvo e funções táticas.		10	10	14.5	11.5	25	Resumo: A solução de comunicação atende formalmente aos requisitos do edital. Também demonstra forte preocupação com gestão de crise, acessibilidade, UX/UI, netnografia, automação e monitoramento. A estratégia apresentada é excessivamente superficial, de modo que as ações e/ou peças propostas extrapolam o conteúdo estratégico previamente fundamentado, evidenciando ausência de alinhamento efetivo entre a Solução de Comunicação Digital e a Estratégia descrita. Observa-se que parte significativa das ações corresponde a atividades de suporte, estudos e diagnósticos, reduzindo ligeiramente a diversidade de peças de comunicação.
Exemplos de ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior.							
Plano de Implementação		AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção e conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos.		11	12.5	13.5	12.3	15	Resumo: O plano de implementação contempla elementos compatíveis com as exigências do edital. Há coerência geral entre os investimentos propostos e as soluções previstas. Entretanto, verifica-se inconsistência entre as fases descritas na Estratégia e aquelas efetivamente apresentadas no Plano de Implementação. Enquanto a estratégia é estruturada em quatro etapas sequenciais, o cronograma posteriormente apresentado estabelece diversas sobreposições entre as fases, dificultando a compreensão do fluxo operacional da campanha. Essa inconsistência reduz a clareza gerencial da proposta e justifica a dedução parcial da pontuação do quesito. Além disso, não há apresentação de valores percentuais de investimento, como exigido em edital.
Orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica.							
TOTAL GERAL					42.0	75	

Involúcro 5:	EVG: Gestão Pública de qualidade faz o país avançar para todos.					
Raciocínio Básico	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto ao qual se insere.						Resumo: A proposta demonstra compreensão institucional da Enap. Pontos são descontados por apresentar de forma descritiva os dados coletados em pesquisa própria, e não de forma analítica. O diagnóstico de comunicação compreende, ainda que de forma sucinta, elementos para além de outros proponentes como SEO, usabilidade, acessibilidade, horários de engajamento e desempenho por rede social. Não há apresentação efetiva do estudo de usuário e do mapa de empatia exigidos pelo briefing. São mencionados, mas não demonstrados.
Diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas.						
Compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.	7	7	5.8	6.6	10	
Estratégia de Comunicação	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a solução de comunicação digital.						Resumo: A proposta é excessivamente superficial quanto à linha temática e conceitual, não apresentando correlação com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing, tampouco justificando a escolha conceitual adotada. A comunicação é pouco memorável e criativa, representando perda significativa de pontuação, por se assemelhar mais a uma mensagem institucional e não apresentar uma linha atrativa. Quanto à estratégia em si, evidencia fases claras, estruturadas em três pilares — atração, engajamento e encantamento, relacionando ações aos públicos por meio de atividades integradas. Contudo, não há transparência quanto às possibilidades de interpretação positiva da comunicação digital no relacionamento com esses públicos. Ausência de demonstração efetiva do estudo de usuário e do mapa de empatia exigidos pelo briefing.
Proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta (o que fazer, quando fazer, quais recursos, que outros ambientes usar, diretrizes editoriais e de tagueamento, públicos e resultados esperados).	12	10	10	10.7	25	
Solução de Comunicação Digital	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing. Detalhamento deve contemplar: especificação, dinâmica ou mecanismo de cada ação/peça, sua finalidade, público-alvo e funções táticas.						Resumo: A superficialidade da Estratégia apresentada dificulta a verificação do alinhamento entre as ações e/ou peças e a estratégia proposta, comprometendo a análise das Soluções. As peças apresentadas não seguem a identidade visual institucional vigente, apresentando execução monótona e de caráter básico. As ações e/ou peças, porém, demonstram compatibilidade adequada com os ambientes, plataformas e ferramentas a que se destinam, em atendimento satisfatório.
Exemplos de ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior.	17	17	14.5	16.2	25	
Plano de Implementação	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção e conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos.						Resumo: O plano de implementação contempla cronograma, orçamento, quantitativos, públicos e mecanismos de monitoramento compatíveis com as exigências do edital. Demonstra de forma clara e objetiva o encadeamento dos momentos de implementação mês a mês e seu cronograma permite verificar a distribuição das ações.
Orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica.	15	15	13.5	14.5	15	
TOTAL GERAL				47.9	75	☐ ☐

Invólucro 6:		Conhecimento que atravessa fronteiras					
Raciocínio Básico		AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto ao qual se insere.		10	10	10	10.0	10	Resumo: A proposta demonstra forte pesquisa própria, profundo conhecimento institucional da Enap e excelente aderência aos requisitos do briefing. Destacam-se positivamente a análise de mídia, a matriz SWOT, o mapa de empatia, a análise dos canais digitais e a incorporação de dados institucionais atualizados.
Diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas.							
Compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.							
Estratégia de Comunicação		AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a solução de comunicação digital.		22	22	24	22.7	25	Resumo: A estratégia apresenta elevada aderência ao briefing, forte coerência narrativa e excelente integração entre conceito, públicos e ações. Destacam-se a utilização de dados para contextualização de Chile e Uruguai, as diretrizes editoriais detalhadas, a preocupação com acessibilidade e a abordagem multicanal. A pontuação máxima não é sugerida porque a estratégia não desenvolve mecanismos mais avançados de relacionamento institucional e KPIs.
Proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta (o que fazer, quando fazer, quais recursos, que outros ambientes usar, diretrizes editoriais e de tagueamento, públicos e resultados esperados).							
Solução de Comunicação Digital		AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing. Detalhamento deve contemplar: especificação, dinâmica ou mecanismo de cada ação/peça, sua finalidade, público-alvo e funções táticas.		20	22	24	22.0	25	Resumo: A proposta apresenta uma solução completa, extremamente coerente com a estratégia e o raciocínio. As ações são descritas de forma consistente e atendem aos requisitos formais do edital. Há integração entre comunicação institucional, relacionamento, conteúdo especializado, monitoramento e formação. A representação conceitual foi bem explorada e tem potencial para desdobramentos inspiradores para o público. O conceito materializado é memorável e inspirador. Boa execução técnica.
Exemplos de ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior.							
Plano de Implementação		AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção e conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos.		15	15	15	15.0	15	Resumo: O plano atende integralmente aos requisitos formais do edital, contemplando cronograma, fases de execução, públicos, orçamento detalhado, quantitativos e percentuais de investimento. A distribuição das ações é coerente com a estratégia apresentada e demonstra boa capacidade operacional.
Orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica.							
TOTAL GERAL					69.7	75	

Involúcro 7:	Uma escola. Novas fronteiras. Um propósito.					
Raciocínio Básico	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto ao qual se insere.						Resumo: A proposta apresenta conhecimento institucional da Enap e do desafio proposto, porém o realiza de forma narrativa e menos analítica e pouco aprofundada. O texto possui boa construção narrativa, porém não evidencia pesquisa própria robusta, análise de mídia, gestão de riscos, estudo de usuário ou mapa de empatia, requisitos explicitamente destacados no briefing.
Diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas.						
Compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.	7	7	8	7.3	10	
Estratégia de Comunicação	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a solução de comunicação digital.						Resumo: A estratégia é coerente, organizada e compatível com os objetivos do briefing. O conceito possui aderência institucional e as fases estão logicamente encadeadas. O conceito tem forte aderência e é inspirador. Entretanto, a proposta demonstra baixa sofisticação estratégica, sobretudo pela ausência de evidências de pesquisa de públicos, mapa de empatia e mecanismos avançados de relacionamento.
Proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta (o que fazer, quando fazer, quais recursos, que outros ambientes usar, diretrizes editoriais e de tagueamento, públicos e resultados esperados).	18	17	20.5	18.5	25	
Solução de Comunicação Digital	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing. Detalhamento deve contemplar: especificação, dinâmica ou mecanismo de cada ação/peça, sua finalidade, público-alvo e funções táticas.						Resumo: A solução apresenta coerência estratégica e está bem estruturada. Há boa cobertura de escopo. Percebe-se uma alta concentração em vídeo, o que cobre bem uma parte de consumo de conteúdo, mas pode deixar descoberto parte do público que tem menos consumo neste formato. Percebe-se, também, pouca variação/personalização de peças entre os públicos do briefing. Além disso, a proposta apoia-se fortemente em referências e padrões já existentes, sem apresentar originalidade nem multiplicidade de interpretações perceptível.
Exemplos de ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior.	14	15	17.3	15.4	25	
Plano de Implementação	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção e conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos.						Resumo: O plano atende de forma satisfatória aos requisitos formais do edital, contemplando cronograma, fases de execução, públicos, orçamento, quantitativos e percentuais de investimento. A distribuição das ações é coerente com a estratégia apresentada e demonstra boa capacidade operacional. Embora os números estejam apresentados, a defesa da distribuição financeira é superficial.
Orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica.	13	12	12	12.3	15	
TOTAL GERAL				53.6	75	

Invólucro 8:		Excelência pública do Brasil para a América Latina				
Raciocínio Básico	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto ao qual se insere.	7	7	8	7.3	10	Resumo: A proposta demonstra boa compreensão institucional da Enap e apresenta diagnóstico real dos canais digitais da instituição. Há evidências de pesquisa complementar e análise consistente do ambiente digital. Contudo, a licitante não atende integralmente requisitos fundamentais do briefing, especialmente análise de mídia estruturada, gestão de riscos e oportunidades, estudo de usuário e mapa de empatia. A ausência desses elementos impede pontuação mais elevada neste quesito.
Diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas.						
Compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.						
Estratégia de Comunicação	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a solução de comunicação digital.	10	10	12.7	10.9	25	Resumo: A estratégia apresenta boa aderência ao desafio. Destacam-se a preocupação com regionalização e com o fortalecimento da imagem institucional. Entretanto, a proposta é desfavorecia com a apresentação de conceito pouco atrativo e memorável. O conceito adotado tem caráter predominantemente institucional/burocrático. A proposta apresenta fragilidade técnica, com superficialidade na exposição e defesa das fases e dos pontos centrais estratégicos, além de não apresentar resultados esperados de forma mais detalhada.
Proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta (o que fazer, quando fazer, quais recursos, que outros ambientes usar, diretrizes editoriais e de tagueamento, públicos e resultados esperados).						
Solução de Comunicação Digital	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os obeitivos de comunicação estabelecidos no briefing. Detalhamento deve contemplar: especificação, dinâmica ou mecanismo de cada ação/peça, sua finalidade, público-alvo e funções táticas.	15	15	18	16.0	25	Resumo: A solução apresenta variedade de ações e atende adequadamente aos requisitos formais do edital. Contudo, não corporifica de forma atrativa o conceito, seja de forma visual ou textual, apresentando uma comunicação muito convencional, apoiando-se fortemente em referências e padrões já existentes, sem apresentar originalidade nem multiplicidade de interpretações perceptível, justificando perda significativa de pontuação.
Exemplos de ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior.						
Plano de Implementação	AV1	AV2	AV3	Subtotal	Pont. Máx	Justificativas
Cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção e conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos.	10	12	11	11.0	15	Resumo: O plano é bastante maduro sob o ponto de vista gerencial, porém dedica menos espaço à correlação direta entre ação, cronograma, entrega e resultado esperado. O cronograma executado contempla 13 meses e não os 12 meses indicados em briefing, resultando em perda significativa de pontuação.
Orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica.						
TOTAL GERAL				45.2	75	