



prefeitura de
PORTO ALEGRE

SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E PATRIMÔNIO
UNIDADE PERMANENTE DE LICITAÇÕES - DLC/SMAP
ATA Nº AVAL.DO JULGAMENTO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Aos vinte e sete dias do mês de outubro de dois mil e vinte e um, às quinze horas, na sala de licitações da Diretoria de Licitações e Contratos, localizada na Rua Siqueira Campos, nº 1300, 3º andar, sala 301, bairro Centro Histórico, cidade de Porto Alegre, a Comissão Permanente de Licitações reuniu-se para análise dos julgamentos da Subcomissão Técnica. Verificou-se que a Subcomissão Técnica efetuou a análise e foi atribuída pontuação a todos os quesitos e seus subitens, tendo sido anotado além das respectivas notas a justificativa das mesmas. Constatou-se que a Subcomissão Técnica não atribuiu pontuação cuja diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito. A Comissão Permanente de Licitações entende como compatíveis com o Edital e a legislação as planilhas de julgamento apresentadas pela Subcomissão Técnica, nos Envelope nº 1 (Proposta Técnica - Plano de Comunicação - via não identificada)¹ e Envelope nº 3 (Proposta Técnica - Conjunto de Informações)². Nada mais havendo a constar deu-se por encerrada a reunião, lavrada a presente ata que vai assinada pelos membros da Comissão Permanente de Licitações.

¹ Notas atribuídas pela Subcomissão Técnica para os quesitos relativos ao Envelope nº 01 - Proposta Técnica - Plano de Comunicação

Agência 1- Slogan: Partícipa Cidadão		Claiton Borges da Silva	Flávio Antônio Vieira Dutra	Tiago Dimer da Silveira	CONFORMIDADE COM EDITAL	Justificativa
Proposta Técnica- Plano de Comunicação- Envelope 1	NOTA MÁXIMA	Nota	Nota	Nota		
5.2.1 Raciocínio Básico (10 Pts)						
A- conhecimento das características gerais do Município de Porto Alegre no contexto atual (0 a 2,5)	2,50	1,50	2,00	1,75	OK	OK
B- conhecimento da natureza, da extensão e da qualidade das relações da cidade de POA com seus públicos (0 a 2,5)	2,50	1,50	1,50	1,25	OK	OK
C- dequada compreensão da linha de atuação específica da Administração, considerando o âmbito do Problema de Comunicação (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	2,00	OK	OK
D- acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação (0 a 2,5)	2,50	2,00	1,75	1,75	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	10,00	7,00	7,25	6,75	OK	OK
5.2.2 Estratégia de Comunicação publicitária (20 Pts)						
A- formulação do conceito, compreensão do tema proposto no Problema Específico de Comunicação e desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito (0 a 6)	6,00	4,50	5,00	4,50	OK	OK
B- formulação do tema de comunicação adotado para a linha de atuação (0 a 6)	6,00	4,50	4,50	4,00	OK	OK
C- pertinência e viabilidade das ações estratégicas propostas (0 a 4)	4,00	3,50	4,00	3,50	OK	OK
D- riqueza de desdobramentos positivos do conceito para a comunicação da Administração Pública com seus públicos (0 a 4)	4,00	3,50	3,50	3,00	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	20,00	16,00	17,00	15,00	OK	OK
5.2.3 Idéia Criativa (25 Pts)						
A- sintonia com o que está definido na Estratégia de Comunicação Publicitária e que atenda a todos os pontos dos objetivos propostos (0 a 7)	7,00	5,00	5,00	4,00	OK	OK
B- capacidade de síntese do que está exposto e previsto na Estratégia de Comunicação Publicitária, abrangendo a linha criativa e o tema sugerido, através da linguagem publicitária (0 a 7)	7,00	3,00	3,50	2,50	OK	OK
C- atributos de motivação e de informação dos públicos previstos pela Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia (0 a 6)	6,00	3,00	3,50	3,00	OK	OK
D- originalidade e pertinência na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos textos, "layouts" e roteiros das peças publicitárias que se apresentarem (0 a 5)	5,00	3,00	3,00	2,50	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	25,00	14,00	15,00	12,00	OK	OK
5.2.4 Estratégia de Mídia e não Mídia (10 Pts)						
A- conhecimento dos hábitos de comunicação do público definido como alvo para a linha de atuação da campanha proposta (0 a 2,5)	2,50	2,50	2,50	2,25	OK	OK
B- capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,50	2,25	OK	OK
C- estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante (0 a 2,5)	2,50	1,50	2,00	2,00	OK	OK
D- consistência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	2,00	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	10,00	8,00	9,00	8,50	OK	OK
TOTAL NOTA Proposta não identificada	65,00	45,00	48,25	42,25		

Agência 2- Slogan: Porto por Você		Claiton Borges da Silva	Flávio Antônio Vieira Dutra	Tiago Dimer da Silveira	CONFORMIDAD E COM EDITAL	Justificativa
Proposta Técnica- Plano de Comunicação- Envelope 1	NOTA MÁXIMA	Nota	Nota	Nota		
5.2.1 Raciocínio Básico (10 Pts)						
A- conhecimento das características gerais do Município de Porto Alegre no contexto atual (0 a 2,5)	2,50	1,50	1,50	1,25	OK	OK
B- conhecimento da natureza, da extensão e da qualidade das relações da cidade de POA com seus públicos (0 a 2,5)	2,50	1,50	1,50	1,50	OK	OK
C- dequada compreensão da linha de atuação específica da Administração, considerando o âmbito do Problema de Comunicação (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	1,50	OK	OK
D- acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação (0 a 2,5)	2,50	1,50	1,75	1,75	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	10,00	6,50	6,75	6,00	OK	OK
5.2.2 Estratégia de Comunicação publicitária (20 Pts)						
A- formulação do conceito, compreensão do tema proposto no Problema Específico de Comunicação e desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito (0 a 6)	6,00	4,00	4,00	3,50	OK	OK
B- formulação do tema de comunicação adotado para a linha de atuação (0 a 6)	6,00	4,50	4,50	3,50	OK	OK
C- pertinência e viabilidade das ações estratégicas propostas (0 a 4)	4,00	3,50	3,50	3,00	OK	OK
D- riqueza de desdobramentos positivos do conceito para a comunicação da Administração Pública com seus públicos (0 a 4)	4,00	3,00	3,00	3,50	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	20,00	15,00	15,00	13,50	OK	OK
5.2.3 Idéia Criativa (25 Pts)						
A- sintonia com o que está definido na Estratégia de Comunicação Publicitária e que atenda a todos os pontos dos objetivos propostos (0 a 7)	7,00	6,00	6,50	5,50	OK	OK
B- capacidade de síntese do que está exposto e previsto na Estratégia de Comunicação Publicitária, abrangendo a linha criativa e o tema sugerido, através da linguagem publicitária (0 a 7)	7,00	5,50	5,50	5,50	OK	OK
C- atributos de motivação e de informação dos públicos previstos pela Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia (0 a 6)	6,00	4,00	4,50	3,50	OK	OK
D- originalidade e pertinência na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos textos, "layouts" e roteiros das peças publicitárias que se apresentarem (0 a 5)	5,00	3,50	4,00	3,50	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	25,00	19,00	20,50	18,00	OK	OK
5.2.4 Estratégia de Mídia e não Mídia (10 Pts)						
A- conhecimento dos hábitos de comunicação do público definido como alvo para a linha de atuação da campanha proposta (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	2,00	OK	OK
B- capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	2,25	OK	OK
C- estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	2,25	OK	OK
D- consistência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta (0 a 2,5)	2,50	2,50	2,00	2,25	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	10,00	8,50	8,00	8,75	OK	OK
TOTAL NOTA Proposta não identificada		65,00	49,00	50,25	46,25	

Agência 3- Slogan: Dialoga POA		Claiton Borges da Silva	Flávio Antônio Vieira Dutra	Tiago Dimer da Silveira	CONFORMIDAD E COM EDITAL	Justificativa
Proposta Técnica- Plano de Comunicação- Envelope 1	NOTA MÁXIMA	Nota	Nota	Nota		
5.2.1 Raciocínio Básico (10 Pts)						
A- conhecimento das características gerais do Município de Porto Alegre no contexto atual (0 a 2,5)	2,50	1,50	2,00	1,75	OK	OK
B- conhecimento da natureza, da extensão e da qualidade das relações da cidade de POA com seus públicos (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	2,00	OK	OK
C- dequada compreensão da linha de atuação específica da Administração, considerando o âmbito do Problema de Comunicação (0 a 2,5)	2,50	2,00	1,50	2,00	OK	OK
D- acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	1,75	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	10,00	7,50	7,50	7,50	OK	OK
5.2.2 Estratégia de Comunicação publicitária (20 Pts)						
A- formulação do conceito, compreensão do tema proposto no Problema Específico de Comunicação e desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito (0 a 6)	6,00	4,00	4,00	4,00	OK	OK
B- formulação do tema de comunicação adotado para a linha de atuação (0 a 6)	6,00	5,00	4,50	4,50	OK	OK
C- pertinência e viabilidade das ações estratégicas propostas (0 a 4)	4,00	3,00	3,00	3,00	OK	OK
D- riqueza de desdobramentos positivos do conceito para a comunicação da Administração Pública com seus públicos (0 a 4)	4,00	3,50	3,50	3,00	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	20,00	15,50	15,00	14,50	OK	OK
5.2.3 Idéia Criativa (25 Pts)						
A- sintonia com o que está definido na Estratégia de Comunicação Publicitária e que atenda a todos os pontos dos objetivos propostos (0 a 7)	7,00	5,50	6,00	5,00	OK	OK
B- capacidade de síntese do que está exposto e previsto na Estratégia de Comunicação Publicitária, abrangendo a linha criativa e o tema sugerido, através da linguagem publicitária (0 a 7)	7,00	5,50	6,00	6,00	OK	OK
C- atributos de motivação e de informação dos públicos previstos pela Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia (0 a 6)	6,00	4,00	5,00	5,00	OK	OK
D- originalidade e pertinência na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos textos, "layouts" e roteiros das peças publicitárias que se apresentarem (0 a 5)	5,00	3,50	4,00	3,50	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	25,00	18,50	21,00	19,50	OK	OK
5.2.4 Estratégia de Mídia e não Mídia (10 Pts)						
A- conhecimento dos hábitos de comunicação do público definido como alvo para a linha de atuação da campanha proposta (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	1,50	OK	OK
B- capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	2,25	OK	OK
C- estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante (0 a 2,5)	2,50	1,50	2,00	2,00	OK	OK
D- consistência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	2,00	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	10,00	7,50	8,00	7,75	OK	OK
TOTAL NOTA Proposta não identificada		65,00	49,00	51,50	49,25	

Agência 4- Slogan: POA + Contigo		Claiton Borges da Silva	Flávio Antônio Vieira Dutra	Tiago Dimer da Silveira	CONFORMIDADE E COM EDITAL	Justificativa
Proposta Técnica- Plano de Comunicação- Envelope 1	NOTA MÁXIMA	Nota	Nota	Nota		
5.2.1 Raciocínio Básico (10 Pts)						
A- conhecimento das características gerais do Município de Porto Alegre no contexto atual (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	2,25	OK	OK
B- conhecimento da natureza, da extensão e da qualidade das relações da cidade de POA com seus públicos (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,50	2,00	OK	OK
C- devida compreensão da linha de atuação específica da Administração, considerando o âmbito do Problema de Comunicação (0 a 2,5)	2,50	2,50	2,50	2,50	OK	OK
D- acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação (0 a 2,5)	2,50	2,50	2,50	2,50	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	10,00	9,00	9,50	9,25	OK	OK
5.2.2 Estratégia de Comunicação publicitária (20 Pts)						
A- formulação do conceito, compreensão do tema proposto no Problema Específico de Comunicação e desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito (0 a 6)	6,00	5,50	5,50	6,00	OK	OK
B- formulação do tema de comunicação adotado para a linha de atuação (0 a 6)	6,00	6,00	6,00	5,50	OK	OK
C- pertinência e viabilidade das ações estratégicas propostas (0 a 4)	4,00	4,00	3,50	4,00	OK	OK
D- riqueza de desdobramentos positivos do conceito para a comunicação da Administração Pública com seus públicos (0 a 4)	4,00	3,50	4,00	4,00	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	20,00	19,00	19,00	19,50	OK	OK
5.2.3 Idéia Criativa (25 Pts)						
A- sintonia com o que está definido na Estratégia de Comunicação Publicitária e que atenda a todos os pontos dos objetivos propostos (0 a 7)	7,00	6,00	7,00	6,50	OK	OK
B- capacidade de síntese do que está exposto e previsto na Estratégia de Comunicação Publicitária, abrangendo a linha criativa e o tema sugerido, através da linguagem publicitária (0 a 7)	7,00	6,00	6,50	6,50	OK	OK
C- atributos de motivação e de informação dos públicos previstos pela Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia (0 a 6)	6,00	6,00	5,50	6,00	OK	OK
D- originalidade e pertinência na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos textos, "layouts" e roteiros das peças publicitárias que se apresentarem (0 a 5)	5,00	4,50	5,00	5,00	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	25,00	22,50	24,00	24,00	OK	OK
5.2.4 Estratégia de Mídia e não Mídia (10 Pts)						
A- conhecimento dos hábitos de comunicação do público definido como alvo para a linha de atuação da campanha proposta (0 a 2,5)	2,50	2,50	2,50	2,50	OK	OK
B- capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia (0 a 2,5)	2,50	2,50	2,50	2,50	OK	OK
C- estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante (0 a 2,5)	2,50	2,50	2,50	2,25	OK	OK
D- consistência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta (0 a 2,5)	2,50	2,50	2,50	2,25	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	10,00	10,00	10,00	9,50	OK	OK
TOTAL NOTA Proposta não identificada		65,00	60,50	62,50		

6

Agência 5- Slogan: Tua Voz, nossa POA		Claiton Borges da Silva	Flávio Antônio Vieira Dutra	Tiago Dimer da Silveira	CONFORMIDADE E COM EDITAL	Justificativa
Proposta Técnica- Plano de Comunicação- Envelope 1	NOTA MÁXIMA	Nota	Nota	Nota		
5.2.1 Raciocínio Básico (10 Pts)						
A- conhecimento das características gerais do Município de Porto Alegre no contexto atual (0 a 2,5)	2,50	1,50	1,50	1,75	OK	OK
B- conhecimento da natureza, da extensão e da qualidade das relações da cidade de POA com seus públicos (0 a 2,5)	2,50	1,50	1,50	2,00	OK	OK
C- devida compreensão da linha de atuação específica da Administração, considerando o âmbito do Problema de Comunicação (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	2,00	OK	OK
D- acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	2,00	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	10,00	7,00	7,00	7,75	OK	OK
5.2.2 Estratégia de Comunicação publicitária (20 Pts)						
A- formulação do conceito, compreensão do tema proposto no Problema Específico de Comunicação e desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito (0 a 6)	6,00	4,50	4,50	4,25	OK	OK
B- formulação do tema de comunicação adotado para a linha de atuação (0 a 6)	6,00	4,50	5,00	4,50	OK	OK
C- pertinência e viabilidade das ações estratégicas propostas (0 a 4)	4,00	3,00	3,00	3,00	OK	OK
D- riqueza de desdobramentos positivos do conceito para a comunicação da Administração Pública com seus públicos (0 a 4)	4,00	3,00	3,75	3,00	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	20,00	15,00	16,25	14,75	OK	OK
5.2.3 Idéia Criativa (25 Pts)						
A- sintonia com o que está definido na Estratégia de Comunicação Publicitária e que atenda a todos os pontos dos objetivos propostos (0 a 7)	7,00	5,00	6,00	6,00	OK	OK
B- capacidade de síntese do que está exposto e previsto na Estratégia de Comunicação Publicitária, abrangendo a linha criativa e o tema sugerido, através da linguagem publicitária (0 a 7)	7,00	4,50	5,00	5,00	OK	OK
C- atributos de motivação e de informação dos públicos previstos pela Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia (0 a 6)	6,00	4,00	5,00	5,00	OK	OK
D- originalidade e pertinência na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos textos, "layouts" e roteiros das peças publicitárias que se apresentarem (0 a 5)	5,00	3,50	4,50	4,00	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	25,00	17,00	20,50	20,00	OK	OK
5.2.4 Estratégia de Mídia e não Mídia (10 Pts)						
A- conhecimento dos hábitos de comunicação do público definido como alvo para a linha de atuação da campanha proposta (0 a 2,5)	2,50	2,50	2,50	2,00	OK	OK
B- capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,50	2,00	OK	OK
C- estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	2,50	OK	OK
D- consistência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta (0 a 2,5)	2,50	2,50	2,00	2,00	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	10,00	9,00	9,00	8,50	OK	OK
TOTAL NOTA Proposta não identificada		65,00	48,00	52,75		

5

Agência 6- Slogan: Conversação		Claiton Borges da Silva	Flávio Antônio Vieira Dutra	Tiago Dimer da Silveira	CONFORMIDADE COM EDITAL	Justificativa
Proposta Técnica- Plano de Comunicação- Envelope 1	NOTA MÁXIMA	Nota	Nota	Nota		
5.2.1 Raciocínio Básico (10 Pts)						
A- conhecimento das características gerais do Município de Porto Alegre no contexto atual (0 a 2,5)	2,50	1,50	1,50	1,75	OK	OK
B- conhecimento da natureza, da extensão e da qualidade das relações da cidade de POA com seus públicos (0 a 2,5)	2,50	2,00	1,50	2,00	OK	OK
C- devida compreensão da linha de atuação específica da Administração, considerando o âmbito do Problema de Comunicação (0 a 2,5)	2,50	1,00	1,50	1,50	OK	OK
D- acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação (0 a 2,5)	2,50	1,50	2,00	2,00	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	10,00	6,00	6,50	7,25	OK	OK
5.2.2 Estratégia de Comunicação publicitária (20 Pts)						
A- formulação do conceito, compreensão do tema proposto no Problema Específico de Comunicação e desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito (0 a 6)	6,00	4,00	4,50	4,00	OK	OK
B- formulação do tema de comunicação adotado para a linha de atuação (0 a 6)	6,00	4,00	4,50	4,50	OK	OK
C- pertinência e viabilidade das ações estratégicas propostas (0 a 4)	4,00	3,50	3,50	3,00	OK	OK
D- riqueza de desdobramentos positivos do conceito para a comunicação da Administração Pública com seus públicos (0 a 4)	4,00	3,00	2,50	3,00	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	20,00	14,50	15,00	14,50	OK	OK
5.2.3 Idéia Criativa (25 Pts)						
A- sintonia com o que está definido na Estratégia de Comunicação Publicitária e que atenda a todos os pontos dos objetivos propostos (0 a 7)	7,00	5,50	5,00	4,50	OK	OK
B- capacidade de síntese do que está exposto e previsto na Estratégia de Comunicação Publicitária, abrangendo a linha criativa e o tema sugerido, através da linguagem publicitária (0 a 7)	7,00	4,00	5,00	4,00	OK	OK
C- atributos de motivação e de informação dos públicos previstos pela Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia (0 a 6)	6,00	4,00	4,00	3,75	OK	OK
D- originalidade e pertinência na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos textos, "layouts" e roteiros das peças publicitárias que se apresentarem (0 a 5)	5,00	3,50	3,00	3,00	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	25,00	17,00	17,00	15,25	OK	OK
5.2.4 Estratégia de Mídia e não Mídia (10 Pts)						
A- conhecimento dos hábitos de comunicação do público definido como alvo para a linha de atuação da campanha proposta (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,50	2,00	OK	OK
B- capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,50	2,50	OK	OK
C- estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	2,00	OK	OK
D- consistência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	2,00	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	10,00	8,00	9,00	8,50	OK	OK
TOTAL NOTA Proposta não identificada		65,00	45,50	47,50		

4

Agência 7- Slogan: Sua vez, nossa voz		Claiton Borges da Silva	Flávio Antônio Vieira Dutra	Tiago Dimer da Silveira	CONFORMIDADE COM EDITAL	Justificativa
Proposta Técnica- Plano de Comunicação- Envelope 1	NOTA MÁXIMA	Nota	Nota	Nota		
5.2.1 Raciocínio Básico (10 Pts)						
A- conhecimento das características gerais do Município de Porto Alegre no contexto atual (0 a 2,5)	2,50	2,50	2,50	2,25	OK	OK
B- conhecimento da natureza, da extensão e da qualidade das relações da cidade de POA com seus públicos (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	2,00	OK	OK
C- devida compreensão da linha de atuação específica da Administração, considerando o âmbito do Problema de Comunicação (0 a 2,5)	2,50	2,50	2,50	2,50	OK	OK
D- acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	2,00	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	10,00	9,00	9,00	8,75	OK	OK
5.2.2 Estratégia de Comunicação publicitária (20 Pts)						
A- formulação do conceito, compreensão do tema proposto no Problema Específico de Comunicação e desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito (0 a 6)	6,00	4,50	4,50	4,50	OK	OK
B- formulação do tema de comunicação adotado para a linha de atuação (0 a 6)	6,00	4,00	4,50	4,50	OK	OK
C- pertinência e viabilidade das ações estratégicas propostas (0 a 4)	4,00	2,50	2,50	3,00	OK	OK
D- riqueza de desdobramentos positivos do conceito para a comunicação da Administração Pública com seus públicos (0 a 4)	4,00	2,50	3,00	2,50	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	20,00	13,50	14,50	14,50	OK	OK
5.2.3 Idéia Criativa (25 Pts)						
A- sintonia com o que está definido na Estratégia de Comunicação Publicitária e que atenda a todos os pontos dos objetivos propostos (0 a 7)	7,00	5,50	5,50	5,50	OK	OK
B- capacidade de síntese do que está exposto e previsto na Estratégia de Comunicação Publicitária, abrangendo a linha criativa e o tema sugerido, através da linguagem publicitária (0 a 7)	7,00	4,50	5,50	5,00	OK	OK
C- atributos de motivação e de informação dos públicos previstos pela Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia (0 a 6)	6,00	3,00	4,00	3,50	OK	OK
D- originalidade e pertinência na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos textos, "layouts" e roteiros das peças publicitárias que se apresentarem (0 a 5)	5,00	2,00	3,00	2,50	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	25,00	15,00	18,00	16,50	OK	OK
5.2.4 Estratégia de Mídia e não Mídia (10 Pts)						
A- conhecimento dos hábitos de comunicação do público definido como alvo para a linha de atuação da campanha proposta (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	2,00	OK	OK
B- capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia (0 a 2,5)	2,50	1,50	2,00	2,00	OK	OK
C- estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante (0 a 2,5)	2,50	1,50	1,50	1,75	OK	OK
D- consistência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	2,00	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	10,00	7,00	7,50	7,75	OK	OK
TOTAL NOTA Proposta não identificada		65,00	44,50	49,00		

4

Agência 8- Slogan: Poa.com.vc		Claiton Borges da Silva	Flávio Antônio Vieira Dutra	Tiago Dimer da Silveira	CONFORMIDAD E COM EDITAL	Justificativa
Proposta Técnica- Plano de Comunicação- Envelope 1	NOTA MÁXIMA	Nota	Nota	Nota		
5.2.1 Raciocínio Básico (10 Pts)						
A- conhecimento das características gerais do Município de Porto Alegre no contexto atual (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,50	2,50	OK	OK
B- conhecimento da natureza, da extensão e da qualidade das relações da cidade de POA com seus públicos (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,50	2,00	OK	OK
C- dequada compreensão da linha de atuação específica da Administração, considerando o âmbito do Problema de Comunicação (0 a 2,5)	2,50	2,50	2,00	2,00	OK	OK
D- acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação (0 a 2,5)	2,50	2,50	2,00	2,25	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	10,00	9,00	9,00	8,75	OK	OK
5.2.2 Estratégia de Comunicação publicitária (20 Pts)						
A- formulação do conceito, compreensão do tema proposto no Problema Especifico de Comunicação e desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito (0 a 6)	6,00	5,00	5,00	5,50	OK	OK
B- formulação do tema de comunicação adotado para a linha de atuação (0 a 6)	6,00	5,00	5,50	6,00	OK	OK
C- pertinência e viabilidade das ações estratégicas propostas (0 a 4)	4,00	3,00	3,00	3,00	OK	OK
D- riqueza de desdobramentos positivos do conceito para a comunicação da Administração Pública com seus públicos (0 a 4)	4,00	3,00	3,50	3,00	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	20,00	16,00	17,00	17,50	OK	OK
5.2.3 Idéia Criativa (25 Pts)						
A- sintonia com o que está definido na Estratégia de Comunicação Publicitária e que atenda a todos os pontos dos objetivos propostos (0 a 7)	7,00	6,00	6,00	7,00	OK	OK
B- capacidade de síntese do que está exposto e previsto na Estratégia de Comunicação Publicitária, abrangendo a linha criativa e o tema sugerido, através da linguagem publicitária (0 a 7)	7,00	6,00	6,00	6,00	OK	OK
C- atributos de motivação e de informação dos públicos previstos pela Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia (0 a 6)	6,00	5,00	5,00	5,00	OK	OK
D- originalidade e pertinência na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos textos, "layouts" e roteiros das peças publicitárias que se apresentarem (0 a 5)	5,00	4,50	4,50	4,00	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	25,00	21,50	21,50	22,00	OK	OK
5.2.4 Estratégia de Mídia e não Mídia (10 Pts)						
A- conhecimento dos hábitos de comunicação do público definido como alvo para a linha de atuação da campanha proposta (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,50	2,00	OK	OK
B- capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,50	2,50	OK	OK
C- estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante (0 a 2,5)	2,50	2,00	2,00	2,25	OK	OK
D- consistência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulada na proposta (0 a 2,5)	2,50	2,50	2,00	2,00	OK	OK
<i>Sub Totais</i>	10,00	8,50	9,00	8,75	OK	OK
TOTAL NOTA Proposta não identificada	65,00	55,00	56,50	57,00		

5

² Notas atribuídas pela Subcomissão Técnica para os quesitos relativos ao Envelope nº 03 - Proposta Técnica – Conjunto de Informações

Agência Bistrô Ltda		Claiton Borges da Silva	Flávio Antônio Vieira Dutra	Tiago Dimer da Silveira	CONFORMIDADE COM EDITAL	Justifi
Proposta Técnica- Conjunto Informações- Envelope 3	NOTA MÁXIMA	Nota	Nota	Nota		
5.2.5 Capacidade de atendimento (15 Pts)						
A- capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a experiência, a quantidade e a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência licitante (0 a 8)	8,00	8,00	8,00	8,00	OK	OI
B- sistemática de atendimento, relevando no julgamento dos quesitos operacionalidade, segurança, prazos, grau de liberdade conferido ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza no atendimento às solicitações (0 a 7)	7,00	7,00	7,00	7,00	OK	OI
<i>Sub Totais</i>	15,00	15,00	15,00	15,00	OK	OI
5.2.6 Repertório (0 a 10)						
A- capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, criatividade, clareza, qualidade de produção e acabamento (0 a 10)	10,00	9,50	9,00	10,00	OK	OI
<i>Sub Totais</i>	10,00	9,50	9,00	10,00	OK	OI
5.2.7 Relato de Solução problemas (0 a 10)						
A- capacidade técnica da licitante em detectar e delimitar problemas de comunicação, equacioná-los, planejar sua solução, de sorte a evidenciar perfeita concatenação entre causa e efeito e, enfim, medir adequadamente os resultados. (0 a 10)	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	OI
<i>Sub Totais</i>	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	OI
TOTAL NOTA- Informações art. 8º Lei 12.232/2010		35,00	34,50	34,00	35,00	

Centro Agência de Comunicação e Maketing		Claiton Borges da Silva	Flávio Antônio Vieira Dutra	Tiago Dimer da Silveira	CONFORMIDADE COM EDITAL	Justifi
Proposta Técnica- Conjunto Informações- Envelope 3	NOTA MÁXIMA	Nota	Nota	Nota		
5.2.5 Capacidade de atendimento (15 Pts)						
A- capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a experiência, a quantidade e a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência licitante (0 a 8)	8,00	8,00	8,00	8,00	OK	OI
B- sistemática de atendimento, relevando no julgamento dos quesitos operacionalidade, segurança, prazos, grau de liberdade conferido ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza no atendimento às solicitações (0 a 7)	7,00	7,00	7,00	7,00	OK	OI
<i>Sub Totais</i>	15,00	15,00	15,00	15,00	OK	OI
5.2.6 Repertório (0 a 10)						
A- capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, criatividade, clareza, qualidade de produção e acabamento (0 a 10)	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	OI
<i>Sub Totais</i>	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	OI
5.2.7 Relato de Solução problemas (0 a 10)						
A- capacidade técnica da licitante em detectar e delimitar problemas de comunicação, equacioná-los, planejar sua solução, de sorte a evidenciar perfeita concatenação entre causa e efeito e, enfim, medir adequadamente os resultados. (0 a 10)	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	OI
<i>Sub Totais</i>	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	OI
TOTAL NOTA- Informações art. 8º Lei 12.232/2010		35,00	35,00	35,00	35,00	

Engenho de Ideias Comunicação Ltda		Claiton Borges da Silva	Flávio Antônio Vieira Dutra	Tiago Dimer da Silveira	CONFORMIDADE COM EDITAL	Justifi
Proposta Técnica- Conjunto Informações- Envelope 3	NOTA MÁXIMA	Nota	Nota	Nota		
5.2.5 Capacidade de atendimento (15 Pts)						
A- capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a experiência, a quantidade e a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência licitante (0 a 8)	8,00	8,00	8,00	8,00	OK	OI
B- sistemática de atendimento, relevando no julgamento dos quesitos operacionalidade, segurança, prazos, grau de liberdade conferido ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza no atendimento às solicitações (0 a 7)	7,00	7,00	7,00	7,00	OK	OI
<i>Sub Totais</i>	15,00	15,00	15,00	15,00	OK	OI
5.2.6 Repertório (0 a 10)						
A- capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, criatividade, clareza, qualidade de produção e acabamento (0 a 10)	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	OI
<i>Sub Totais</i>	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	OI
5.2.7 Relato de Solução problemas (0 a 10)						
A- capacidade técnica da licitante em detectar e delimitar problemas de comunicação, equacioná-los, planejar sua solução, de sorte a evidenciar perfeita concatenação entre causa e efeito e, enfim, medir adequadamente os resultados. (0 a 10)	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	OI
<i>Sub Totais</i>	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	OI
TOTAL NOTA- Informações art. 8º Lei 12.232/2010		35,00	35,00	35,00	35,00	

Escala Comunicação e Marketing Ltda		Claiton Borges da Silva	Flávio Antônio Vieira Dutra	Tiago Dimer da Silveira	CONFORMIDADE COM EDITAL	Justifi
Proposta Técnica- Conjunto Informações- Envelope 3	NOTA MÁXIMA	Nota	Nota	Nota		
5.2.5 Capacidade de atendimento (15 Pts)						
A- capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a experiência, a quantidade e a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência licitante (0 a 8)	8,00	8,00	8,00	8,00	OK	Of
B- sistemática de atendimento, relevando no julgamento dos quesitos operacionalidade, segurança, prazos, grau de liberdade conferido ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza no atendimento às solicitações (0 a 7)	7,00	7,00	7,00	7,00	OK	Of
<i>Sub Totais</i>	15,00	15,00	15,00	15,00	OK	Of
5.2.6 Repertório (0 a 10)						
A- capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, criatividade, clareza, qualidade de produção e acabamento (0 a 10)	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	Of
<i>Sub Totais</i>	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	Of
5.2.7 Relato de Solução problemas (0 a 10)						
A- capacidade técnica da licitante em detectar e delimitar problemas de comunicação, equacioná-los, planejar sua solução, de sorte a evidenciar perfeita concatenação entre causa e efeito e, enfim, medir adequadamente os resultados. (0 a 10)	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	Of
<i>Sub Totais</i>	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	Of
TOTAL NOTA- Informações art. 8º Lei 12.232/2010	35,00	35,00	35,00	35,00		

Lencina, Marques & Johamm Publicidade e Consultoria Ltda		Claiton Borges da Silva	Flávio Antônio Vieira Dutra	Tiago Dimer da Silveira	CONFORMIDADE COM EDITAL	Justifi
Proposta Técnica- Conjunto Informações- Envelope 3	NOTA MÁXIMA	Nota	Nota	Nota		
5.2.5 Capacidade de atendimento (15 Pts)						
A- capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a experiência, a quantidade e a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência licitante (0 a 8)	8,00	8,00	8,00	8,00	OK	Of
B- sistemática de atendimento, relevando no julgamento dos quesitos operacionalidade, segurança, prazos, grau de liberdade conferido ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza no atendimento às solicitações (0 a 7)	7,00	7,00	7,00	6,50	OK	Of
<i>Sub Totais</i>	15,00	15,00	15,00	14,50	OK	Of
5.2.6 Repertório (0 a 10)						
A- capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, criatividade, clareza, qualidade de produção e acabamento (0 a 10)	10,00	8,50	9,00	8,00	OK	Of
<i>Sub Totais</i>	10,00	8,50	9,00	8,00	OK	Of
5.2.7 Relato de Solução problemas (0 a 10)						
A- capacidade técnica da licitante em detectar e delimitar problemas de comunicação, equacioná-los, planejar sua solução, de sorte a evidenciar perfeita concatenação entre causa e efeito e, enfim, medir adequadamente os resultados. (0 a 10)	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	Of
<i>Sub Totais</i>	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	Of
TOTAL NOTA- Informações art. 8º Lei 12.232/2010	35,00	33,50	34,00	32,50		

Pública Comunicação Ltda		Claiton Borges da Silva	Flávio Antônio Vieira Dutra	Tiago Dimer da Silveira	CONFORMIDADE COM EDITAL	Justifi
Proposta Técnica- Conjunto Informações- Envelope 3	NOTA MÁXIMA	Nota	Nota	Nota		
5.2.5 Capacidade de atendimento (15 Pts)						
A- capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a experiência, a quantidade e a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência licitante (0 a 8)	8,00	8,00	8,00	8,00	OK	Of
B- sistemática de atendimento, relevando no julgamento dos quesitos operacionalidade, segurança, prazos, grau de liberdade conferido ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza no atendimento às solicitações (0 a 7)	7,00	7,00	7,00	7,00	OK	Of
<i>Sub Totais</i>	15,00	15,00	15,00	15,00	OK	Of
5.2.6 Repertório (0 a 10)						
A- capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, criatividade, clareza, qualidade de produção e acabamento (0 a 10)	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	Of
<i>Sub Totais</i>	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	Of
5.2.7 Relato de Solução problemas (0 a 10)						
A- capacidade técnica da licitante em detectar e delimitar problemas de comunicação, equacioná-los, planejar sua solução, de sorte a evidenciar perfeita concatenação entre causa e efeito e, enfim, medir adequadamente os resultados. (0 a 10)	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	Of
<i>Sub Totais</i>	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	Of
TOTAL NOTA- Informações art. 8º Lei 12.232/2010	35,00	35,00	35,00	35,00		

RS Brazil Propaganda & Marketing Eireli		Claiton Borges da Silva	Flávio Antônio Vieira Dutra	Tiago Dimer da Silveira	CONFORMIDADE COM EDITAL	Justifi
Proposta Técnica- Conjunto Informações- Envelope 3	NOTA MÁXIMA	Nota	Nota	Nota		
5.2.5 Capacidade de atendimento (15 Pts)						
A- capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a experiência, a quantidade e a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência licitante (0 a 8)	8,00	7,00	8,00	7,50	OK	Of
B- sistemática de atendimento, relevando no julgamento dos quesitos operacionalidade, segurança, prazos, grau de liberdade conferido ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza no atendimento às solicitações (0 a 7)	7,00	5,00	6,00	6,00	OK	Of
<i>Sub Totais</i>	15,00	12,00	14,00	13,50	OK	Of
5.2.6 Repertório (0 a 10)						
A- capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, criatividade, clareza, qualidade de produção e acabamento (0 a 10)	10,00	7,00	7,00	8,00	OK	Of
<i>Sub Totais</i>	10,00	7,00	7,00	8,00	OK	Of
5.2.7 Relato de Solução problemas (0 a 10)						
A- capacidade técnica da licitante em detectar e delimitar problemas de comunicação, equacioná-los, planejar sua solução, de sorte a evidenciar perfeita concatenação entre causa e efeito e, enfim, medir adequadamente os resultados. (0 a 10)	10,00	8,00	8,00	8,00	OK	Of
<i>Sub Totais</i>	10,00	8,00	8,00	8,00	OK	Of
TOTAL NOTA- Informações art. 8º Lei 12.232/2010		35,00	27,00	29,00	29,50	

SPR Comunicação Ltda		Claiton Borges da Silva	Flávio Antônio Vieira Dutra	Tiago Dimer da Silveira	CONFORMIDADE COM EDITAL	Justifi
Proposta Técnica- Conjunto Informações- Envelope 3	NOTA MÁXIMA	Nota	Nota	Nota		
5.2.5 Capacidade de atendimento (15 Pts)						
A- capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a experiência, a quantidade e a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência licitante (0 a 6)	8,00	8,00	8,00	8,00	OK	Of
B- sistemática de atendimento, relevando no julgamento dos quesitos operacionalidade, segurança, prazos, grau de liberdade conferido ao cliente na escolha de soluções alternativas e presteza no atendimento às solicitações (0 a 7)	7,00	7,00	7,00	7,00	OK	Of
<i>Sub Totais</i>	15,00	15,00	15,00	15,00	OK	Of
5.2.6 Repertório (0 a 10)						
A- capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, criatividade, clareza, qualidade de produção e acabamento (0 a 10)	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	Of
<i>Sub Totais</i>	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	Of
5.2.7 Relato de Solução problemas (0 a 10)						
A- capacidade técnica da licitante em detectar e delimitar problemas de comunicação, equacioná-los, planejar sua solução, de sorte a evidenciar perfeita concatenação entre causa e efeito e, enfim, medir adequadamente os resultados. (0 a 10)	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	Of
<i>Sub Totais</i>	10,00	10,00	10,00	10,00	OK	Of
TOTAL NOTA- Informações art. 8º Lei 12.232/2010		35,00	35,00	35,00	35,00	



Documento assinado eletronicamente por **Eduardo Pappen Neitzke, Assistente Administrativo**, em 27/10/2021, às 17:29, conforme o art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006, e o Decreto Municipal 18.916/2015.



Documento assinado eletronicamente por **Wilson Pereira Ramos, Chefe de Unidade**, em 27/10/2021, às 17:37, conforme o art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006, e o Decreto Municipal 18.916/2015.



Documento assinado eletronicamente por **Tamires Barcellos Peron, Assistente Administrativo**, em 27/10/2021, às 17:37, conforme o art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006, e o Decreto Municipal 18.916/2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <http://sei.procempa.com.br/autenticidade/seipmpa> informando o código verificador **16112563** e o código CRC **CDFCDESC**.