

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2026 BANPARÁ
ATA DE REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA
JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

Após a análise das propostas pela Subcomissão Técnica de Julgamento, através de sorteio realizado pela Comissão Permanente de Licitação (CPL) em conformidade com os critérios estabelecidos na Concorrência nº 01/2026 – BANPARÁ, em conformidade com o art. 10, §§ 1º e 2º, da Lei nº 12.232/2010, e com os critérios estabelecidos no item 10 do Edital, encaminha-se o presente documento para prosseguimento dos trâmites da licitação.

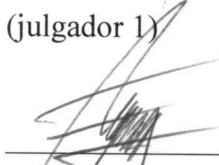
Integram o presente documento, em anexo, a tabela geral de classificação, contendo o resultado das sete propostas, bem como a análise e o julgamento completos das propostas, acompanhados das respectivas fundamentações, para fins de registro e documentação.

Registra-se que os trabalhos de análise e julgamento foram realizados por todos os membros da Subcomissão Técnica e encontram-se concluídos. Entretanto, em razão da coincidência de períodos de férias dos membros responsáveis pelo julgamento, decorrente do período de férias escolares, a formalização e a conclusão dos trabalhos somente puderam ser efetivadas na presente data.



ADRIANA BARRETO ALBUQUERQUE PINTO

(julgador 1)



RONALD FABRÍCIO MADEIRA RIBEIRO

(julgador 2)



PAOLA CAROLINE BORGES FERNANDES

(julgador 3)

Belém-PA, 13 de agosto de 2026.

BANCO DO ESTADO DO PARÁ – BANPARÁ
LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 001/2026 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE
SUBCOMISSÃO TÉCNICA – JULGAMENTO DO INVÓLUCRO Nº 1

Quadro Geral de Classificação – Quesito 1 | Plano de Comunicação Publicitária

Pontuação Máxima: 70 pontos | Média aritmética dos 3 julgadores | Lei nº 12.232/2010 – art. 10 | Edital item 10.3.2

Classificação	Conceito / Mote	Raciocínio Básico máx 10 pts	Estratégia de Comunicação Publicitária máx 20 pts	Ideia Criativa máx 30 pts	Estratégia de Mídia e Não Mídia máx 10 pts	Total máx 70
1º lugar	"Banpará. Há 65 anos, o banco que impulsiona os sonhos da nossa gente."	9,3	19,0	27,0	9,3	64,7
2º lugar	"Banpará, o saldo é positivo para a sua vida"	9,0	19,3	26,3	9,7	64,3
3º lugar	"Microcrédito Banpará. Você empreende, a gente tá junto. / Banpará, 65 anos. Tá do seu lado, tá na sua história."	9,3	19,0	26,0	9,3	63,7
4º lugar	"Há 65 anos, o paraense cresce junto com o Banpará"	9,0	18,3	24,0	8,7	60,0
5º lugar	"Pra tua vida melhorar, vem pro Banpará"	8,3	17,7	22,7	9,3	58,0
6º lugar	"65 anos agilizando o Pará. Quando você cresce, o Pará cresce."	8,3	16,3	20,3	9,0	54,0
7º lugar	"Banpará 65 anos. Ninguém faz mais pelo Pará do que este paraense."	6,0	12,0	19,0	8,7	45,7

Belém-PA, 13 de agosto de 2026.

JULGADOR 1 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 2 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 3 Membro da Subcomissão Técnica
--	--	--

Adelina Ribeiro




BANCO DO ESTADO DO PARÁ – BANPARÁ
LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 001/2026 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE
SUBCOMISSÃO TÉCNICA – JULGAMENTO DO INVÓLUCRO Nº 1
Plano de Comunicação Publicitária | Lei nº 12.232/2010

Licitação Nº:	001/2026 – Serviço de Publicidade
Invólucro Avaliado:	Nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária (Proposta Não Identificada)
Conceito / Mote:	"65 anos agilizando o Pará. Quando você cresce, o Pará cresce."
Partido Temático:	O Banpará impulsiona quem trabalha, e quando quem trabalha cresce, o Pará cresce junto
Membros da Subcomissão:	Julgador 1 Julgador 2 Julgador 3

QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA | Pontuação Máxima: 70 pontos

Subquesto I – Raciocínio Básico | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	7	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: o raciocínio básico apresenta leitura consistente do contexto de atuação do Banpará, com uso de dados relevantes e atuais do cenário paraense: taxa de informalidade de 58,1% (PNAD Contínua 2024), crescimento de 68% nas aberturas de empresas (Jucepa), 232.498 MEIs ativos (SERPRO/CNPJ, março de 2026) e frota de 2.810.011 veículos (SENATRAN, dez./2024). A identificação do Microcrédito Banpará como produto-âncora é pertinente e bem articulada com os objetivos do briefing. Perde pontuação porque a acuidade na leitura do contexto competitivo do Banpará frente a fintechs e bancos privados não é desenvolvida com a profundidade esperada. Diante do exposto, atendeu ao subquesto, remanescendo ausência de 2 (dois) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	8	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: a proposta demonstra leitura pertinente do papel público do Banpará no território paraense, com identificação clara dos segmentos prioritários da economia popular: mototaxistas, taxistas, batedores de açaí, mulheres e jovens empreendedores. A formulação do problema de comunicação é objetiva e a escolha do Microcrédito Banpará como eixo estratégico é logicamente justificada. Perde pontuação porque a análise das necessidades de comunicação publicitária não aborda com suficiente profundidade o posicionamento diferenciado do banco em relação ao ambiente competitivo atual. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao subquesto, sendo observada a ausência de 1 (um) item.
Julgador 3	10	O raciocínio básico é bem estruturado e fundamentado exclusivamente em dados do Pará, o que confere consistência à leitura do mercado e do público. A escolha do Microcrédito Banpará como eixo central é logicamente articulada com o aniversário institucional. O insight central da campanha é pertinente ao perfil do público-alvo, e a análise das especificidades do Banpará enquanto instituição pública estadual e seu papel diferenciado no sistema financeiro paraense é desenvolvida com boa precisão analítica. Nota 10: cumprimento integral do subquesto.
MÉDIA: 8,3 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

Subquesto II – Estratégia de Comunicação Publicitária | Pontuação Máxima: 20 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	15	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: o partido temático "65 anos agilizando o Pará. Quando você cresce, o Pará cresce" é adequado à natureza do anunciante e ao desafio de comunicação. A argumentação em defesa do conceito é consistente, apoiada na escolha do verbo "agilizar" como eixo verbal de pertinência popular e institucional. A exequibilidade


Adeline Pinto

		dentro da verba referencial é demonstrada pelos mapas de mídia e pela distribuição de produção. Perde pontuação pela ausência de maior exploração das possibilidades de interpretações positivas do conceito além do eixo empreendedor e pela consistência técnica parcial nos pontos centrais da estratégia. Diante do exposto, atendeu ao sub quesito, restando ausência de 2 (dois) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	16	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: a adequação do partido temático e do conceito à natureza do anunciante e aos objetivos de comunicação é evidente. A argumentação em defesa do conceito é clara e bem construída, com o verbo "agilizar" como síntese funcional da promessa da campanha. A exequibilidade da estratégia, considerada a verba referencial, é demonstrada com detalhe nos mapas e tabelas de investimento. Perde pontuação pela ausência de aprofundamento nas possibilidades de interpretações positivas do conceito para diferentes públicos. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao sub quesito, sendo observada a ausência de 1 (um) item.
Julgador 3	18	O conceito "agiliza" apresenta força verbal e adequação à natureza do anunciante e ao desafio de comunicação. A argumentação em defesa do partido temático é lógica e bem estruturada, com o crescimento individual do empreendedor como símbolo do crescimento coletivo do Pará. A exequibilidade é satisfatoriamente demonstrada pelo plano de mídia detalhado e pelo orçamento de produção. A articulação entre o conhecimento sobre o anunciante, o desafio e os objetivos do briefing é consistente. Nota 18: cumprimento integral do sub quesito.
MÉDIA: 16,3 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

Subquesito III – Ideia Criativa | Pontuação Máxima: 30 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	19	Em análise ao sub quesito, registra-se a seguinte avaliação técnica: o alinhamento da campanha com a estratégia de comunicação é adequado: os VTs, o spot, o outdoor, o busdoor e as peças digitais partem do mesmo eixo "agiliza" e traduzem o conceito central em diferentes pontos de contato. A pertinência da solução criativa com a natureza do anunciante e com o desafio é satisfatória. A adequação das peças ao perfil dos segmentos de público-alvo é razoável, com personagens representativos da economia popular paraense. Perde pontuação pela originalidade limitada — o formato documental com protagonismo do cliente é solução recorrente no setor bancário — e pela clareza e precisão das mensagens, parcialmente demonstrada nas peças apresentadas. Diante do exposto, atendeu ao sub quesito, restando ausência de 3 (três) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	20	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: o alinhamento da campanha com a estratégia de comunicação é consistente, com lógica de repetição com variação bem executada nos três VTs e nas demais peças. A pertinência da solução criativa com a natureza do anunciante e com os objetivos de comunicação é adequada. A adequação das peças ao perfil dos segmentos de público-alvo é satisfatória, com personagens pertinentes ao cotidiano empreendedor paraense. A compatibilidade das peças com os meios e veículos é demonstrada. Perde pontuação pela originalidade questionável — estratégias documentais centradas no protagonismo do cliente já são amplamente exploradas no setor financeiro. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao sub quesito, sendo observada a ausência de 2 (dois) itens.
Julgador 3	22	A campanha apresenta alinhamento adequado entre a ideia criativa e a estratégia de comunicação, com o eixo "agiliza" sustentando todas as peças de forma coerente. A pertinência da solução criativa com a natureza do anunciante e com o desafio é satisfatória. A adequação das peças ao perfil do público-alvo é razoável e a compatibilidade das peças com os meios e veículos de divulgação é bem demonstrada. Perde pontuação pela originalidade insuficiente — o formato documental com empreendedores reais já foi amplamente utilizado por instituições financeiras de médio e grande porte, sem que a proposta apresente solução fortemente diferenciadora. Nota 22: ausência de 2 (dois) item(ns).

Aplicação Ponto

MÉDIA: 20,3 pontos	<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>
---------------------------	--

Subquesto IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	8	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: a estratégia de mídia contempla os itens do subquesto de forma geral satisfatória. O mix é adequado ao desafio e à verba referencial, com televisão aberta em 8 emissoras e múltiplas praças, rádio em 44 emissoras distribuídas pelo Estado, portais regionais, mídia exterior e painel aeroportuário em Belém e Santarém. A consistência técnica é sustentada por dados do Pará: PNAD TIC 2024, SENATRAN, Cetic.br e Inside Áudio 2025. Perde pontuação porque a simulação de parâmetros de cobertura e frequência para o conjunto do mix não é desenvolvida com a completude técnica que permitiria aferir com precisão a eficiência do investimento total. Diante do exposto, atendeu ao subquesto, remanescendo ausência de 1 (um) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	9	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: a estratégia de mídia aborda os itens do subquesto de forma geral adequada. O mix combina televisão, rádio, portais, mídia exterior e aeroporto de forma coerente com o perfil do público e com a verba referencial. O detalhamento tático por emissora, praça e programa confere consistência técnica ao planejamento. Os hábitos de consumo de comunicação são tratados a partir de dados próprios do Pará. Os canais próprios do banco são integrados à estratégia de forma funcional. Perde pontuação pela demonstração ainda parcial da eficiência e economicidade do investimento total. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao subquesto, sendo observada a ausência de 1 (um) item.
Julgador 3	10	A estratégia de mídia aborda os itens previstos no subquesto de forma plenamente satisfatória. A adequação ao desafio, à verba e ao perfil do público é demonstrada pelo mix combinado de meios massivos, digitais e de fluxo urbano. A consistência técnica é evidenciada pelo nível de detalhamento dos mapas e pela justificativa individual dos veículos. O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público é demonstrado por dados de penetração televisiva, consumo de rádio e comportamento digital no Pará. A articulação entre mídia paga, não mídia e canais próprios é coerente. Nota 10: cumprimento integral do subquesto.
MÉDIA: 9,0 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

QUADRO RESUMO – QUESITO 1

SUBQUESTO	PONT. MÁX.	MÉDIA
I – Raciocínio Básico	10	8,3
II – Estratégia de Comunicação Publicitária	20	16,3
III – Ideia Criativa	30	20,3
IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	9,0
TOTAL QUESITO 1	70	54,0

BELÉM-PA, 30 DE agosto DE 2026.

JULGADOR 1 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 2 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 3 Membro da Subcomissão Técnica
---	---	---

Adriana Pinto

BANCO DO ESTADO DO PARÁ – BANPARÁ
LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 001/2026 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE
SUBCOMISSÃO TÉCNICA – JULGAMENTO DO INVÓLUCRO Nº 1
Plano de Comunicação Publicitária | Lei nº 12.232/2010

Licitação Nº:	001/2026 – Serviço de Publicidade
Invólucro Avaliado:	Nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária (Proposta Não Identificada)
Conceito / Mote:	"Pra tua vida melhorar, vem pro Banpará"
Partido Temático:	O Banpará como presença que melhora a vida e impulsiona o desenvolvimento do Pará
Membros da Subcomissão:	Julgador 1 Julgador 2 Julgador 3

QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA | Pontuação Máxima: 70 pontos

Subquesto I – Raciocínio Básico | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	7	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: o raciocínio básico demonstra acuidade analítica na leitura do contexto institucional do Banpará, com identificação da tensão entre o capital simbólico construído ao longo de 65 anos e a necessidade de converter essa herança em relevância percebida no presente. O diagnóstico a partir da escuta em redes sociais — com análise de 718 comentários no perfil do Instagram do banco entre janeiro e março de 2026 — confere consistência empírica ao raciocínio. A identificação do microcrédito como eixo narrativo central é pertinente. Perde pontuação pela menor exploração do produto Banpará Comunidade, indicado com foco no briefing. Diante do exposto, atendeu ao subquesto, remanescendo ausência de 1 (um) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	8	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: o raciocínio básico exibe qualidade analítica na contextualização do Banpará como banco público com função territorial ampliada. A leitura sobre a centralidade do microcrédito para públicos de baixa renda é pertinente ao desafio proposto. O uso de análise de sentimento aplicada a postagens do Instagram do banco é um diferencial metodológico relevante que confere base empírica ao diagnóstico. A articulação entre a história de 65 anos da instituição e o papel do microcrédito como prova concreta de permanência útil é consistente. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu plenamente ao subquesto, com cumprimento de todos os itens exigidos.
Julgador 3	10	O raciocínio básico apresenta leitura coerente e completa sobre o papel do Banpará no território paraense, com ênfase adequada à dimensão pública e social da instituição. A articulação entre os 65 anos do banco e o produto Banpará Microcrédito como eixo estratégico da campanha é logicamente consistente e bem ancorada nas necessidades de comunicação identificadas no briefing. O uso de dados de escuta social para fundamentar o diagnóstico é elemento positivo que demonstra cuidado metodológico. Nota 10: cumprimento integral do subquesto.
MÉDIA: 8,3 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

Subquesto II – Estratégia de Comunicação Publicitária | Pontuação Máxima: 20 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	16	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: a estratégia de comunicação apresenta partido temático bem definido e argumentado: o Banpará como presença que melhora a vida e impulsiona o desenvolvimento do Pará. O conceito "Pra tua vida melhorar, vem pro Banpará" é consistente com o desafio do briefing e possui capacidade de desdobramento criativo em múltiplos formatos. A articulação entre os 65 anos do banco, o pertencimento regional e o Banpará Microcrédito como prova concreta da promessa comunicada é tecnicamente sólida. Perde


 Assinatura P. Melo


		pontuação pela abordagem que se concentra no Banpará Microcrédito em detrimento do Banpará Comunidade, produto indicado com foco especial no briefing, e pela ausência de indicadores de resultado mensuráveis. Diante do exposto, atendeu ao subquesto, restando ausência de 2 (dois) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	17	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: a estratégia de comunicação é bem estruturada em quatro movimentos complementares: transformar legado em relevância atual, converter pertencimento em confiança acionável, fazer do microcrédito a expressão mais concreta da atuação do banco, e representar o Pará com legitimidade. O conceito proposto possui boa força de convocação e dialoga com o público-alvo de forma acessível. A consistência técnica da argumentação é elevada e demonstra domínio do briefing. Perde pontuação pela escolha de centralizar a campanha no Banpará Microcrédito, afastando-se parcialmente do foco no Banpará Comunidade estabelecido no briefing. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao subquesto, sendo observada a ausência de 1 (um) item.
Julgador 3	20	A proposta de comunicação apresenta estratégia coerente, com partido temático que articula identidade territorial, permanência histórica e utilidade concreta do Banpará na vida dos paraenses. O conceito "Pra tua vida melhorar, vem pro Banpará" possui clareza de propósito e potencial de comunicação com os públicos prioritários. A defesa do partido temático é consistente e bem fundamentada na análise do anunciante. A exequibilidade é considerada plenamente adequada à verba referencial. Nota 20: cumprimento integral do subquesto.
MÉDIA: 17,7 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

Subquesto III – Ideia Criativa | Pontuação Máxima: 30 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	21	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: a ideia criativa apresenta mote com potencial de identificação junto ao público-alvo e propõe mix amplo de peças — 56 ao total —, com segmentação por público e formatos variados. O jingle em tecnomelody é elemento de ancoragem cultural pertinente e a websérie com histórias reais de microempreendedores confere densidade narrativa à campanha. Contudo, a execução visual das peças corporificadas apresenta problemas que ainda comprometem parcialmente a efetividade da comunicação: a paleta cromática em degradê de azul e roxo, com textos em tonalidades semelhantes ao fundo, reduz o contraste e a legibilidade das mensagens principais. Adicionalmente, a centralidade na personagem heroína resulta em estética de tom lúdico que fragiliza em parte a percepção de institucionalidade esperada para o segmento bancário. Diante do exposto, atendeu ao subquesto, restando ausência de 3 (três) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	23	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: a proposta criativa apresenta volume expressivo de peças e cobertura multicanal, com segmentação digital bem estruturada por público e uso culturalmente pertinente do tecnomelody paraense. A solução visual adotada nas peças corporificadas, no entanto, ainda apresenta aderência limitada ao nicho bancário: o uso de personagem heroína com estética de animação e a paleta em degradê de azul e roxo com contraste reduzido comprometem parcialmente a hierarquização visual das informações. Perde pontuação pela clareza e precisão das mensagens, prejudicadas pela escolha cromática. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao subquesto, sendo observada a ausência de 2 (dois) itens.
Julgador 3	24	A ideia criativa demonstra raciocínio estratégico consistente na escolha do mote e no uso do jingle em tecnomelody como ancoragem cultural. O mix de peças é abrangente e a websérie com casos reais agrega relevância narrativa. A execução visual das peças corporificadas segue sendo o ponto de atenção desta proposta: a construção estética centrada em personagem heroína de caráter lúdico fragiliza parcialmente a percepção de


 Adilson Pinto


		institucionalidade do anunciante, e a paleta cromática em degradê de azul e roxo, com textos em tonalidades semelhantes ao fundo, reduz a capacidade de diferenciação visual. Perde pontuação pela originalidade da solução, que ainda recorre a elementos gráficos pouco alinhados ao segmento financeiro. Nota 24: ausência de 2 (dois) item(ns).
MÉDIA: 22,7 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

Subquesto IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	9	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: a estratégia de mídia apresenta mix multicanal com cobertura adequada: TV, rádio, OOH (incluindo mídia fluvial com barco outdoor, também presente em propostas concorrentes), digital segmentado por público e canais proprietários do banco. As planilhas de investimento detalham distribuição por veículo e praça. A estratégia de não mídia contempla pontos de contato funcionais: extratos, terminais de autoatendimento, app, SMS e espera telefônica. Perde pontuação pela ausência de fundamentação em pesquisas de audiência reconhecidas para a seleção e priorização dos veículos. Diante do exposto, atendeu ao subquesto, remanescendo ausência de 1 (um) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	9	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: a estratégia de mídia contempla os principais meios com distribuição de verba estruturada e uso da mídia fluvial, formato também adotado por outras concorrentes, empregado de forma adequada às especificidades do território paraense. A estratégia digital inclui segmentação por públicos prioritários com formatos adequados às plataformas. A integração entre mídia e não mídia é funcional. Perde pontuação pela ausência de fundamentação técnica em dados de pesquisa de audiência para a escolha dos veículos. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao subquesto, sendo observada a ausência de 1 (um) item.
Julgador 3	10	O plano de mídia apresenta boa abrangência de meios e segmentação digital consistente por público. O uso da mídia fluvial, adotado também por outras propostas, é empregado de forma adequada ao contexto comunicacional paraense. A estratégia de não mídia é funcional e integrada aos canais do banco, com detalhamento tático completo por veículo e praça. Nota 10: cumprimento integral do subquesto.
MÉDIA: 9,3 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

QUADRO RESUMO – QUESITO 1

SUBQUESTO	PONT. MÁX.	MÉDIA
I – Raciocínio Básico	10	8,3
II – Estratégia de Comunicação Publicitária	20	17,7
III – Ideia Criativa	30	22,7
IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	9,3
TOTAL QUESITO 1	70	58,0

BELÉM-PA, 11 DE agosto DE 2026.

JULGADOR 1 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 2 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 3 Membro da Subcomissão Técnica
---	---	---

Adriana Pinto



BANCO DO ESTADO DO PARÁ – BANPARÁ
LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 001/2026 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE
SUBCOMISSÃO TÉCNICA – JULGAMENTO DO INVÓLUCRO Nº 1
Plano de Comunicação Publicitária | Lei nº 12.232/2010

Licitação Nº:	001/2026 – Serviço de Publicidade
Invólucro Avaliado:	Nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária (Proposta Não Identificada)
Conceito / Mote:	"Microcrédito Banpará. Você empreende, a gente tá junto. / Banpará, 65 anos. Tá do seu lado, tá na sua história."
Partido Temático:	O Banpará como parceiro do empreendedor paraense, com o microcrédito como eixo central da campanha de aniversário
Membros da Subcomissão:	Julgador 1 Julgador 2 Julgador 3

QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA | Pontuação Máxima: 70 pontos

Subquesto I – Raciocínio Básico | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	9	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: a proposta apresenta diagnóstico contextual consistente e bem fundamentado do ambiente socioeconômico paraense, com dados precisos e atualizados — índices do Sebrae sobre MPes no Estado, estudo GEM sobre empreendedorismo no Brasil e pesquisa Sonhos da Favela 2026. O raciocínio identifica com acuidade o desafio de comunicação: articular o aniversário de 65 anos ao produto microcrédito em mensagem única, simultaneamente institucional e mercadológica. A formulação de que 'o microcrédito é a tese, o aniversário é a síntese' é precisa e revela domínio do briefing. A análise do contexto do microcrédito — incluindo a demanda reprimida estimada pelo GEM e o protagonismo feminino no empreendedorismo — demonstra leitura qualificada do mercado. Diante do exposto, atendeu plenamente ao subquesto, com cumprimento integral dos itens exigidos, nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	9	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: o raciocínio básico demonstra diagnóstico sólido do contexto econômico paraense e do papel do Banpará no fomento ao microempreendedorismo, com articulação coerente entre dados externos (Sebrae, GEM, Sonhos da Favela 2026) e o desafio de comunicação proposto pelo briefing. A identificação do microcrédito como eixo temático central é tecnicamente bem defendida. O desafio de comunicação é descrito com clareza e o argumento estratégico é bem construído, contemplando de forma satisfatória a leitura do mercado empreendedor paraense. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu plenamente ao subquesto, com cumprimento de todos os itens exigidos.
Julgador 3	10	A proposta demonstra leitura qualificada e completa do contexto socioeconômico e do papel estratégico do Banpará, com dados atualizados e pertinentes ao briefing. A identificação do microcrédito como vetor central da campanha de aniversário é tecnicamente coerente e bem argumentada. O diagnóstico do mercado empreendedor paraense é abrangente, com referências ao perfil de MEIs, ao protagonismo feminino nos pequenos negócios e ao potencial de expansão do microcrédito no Estado. A formulação do desafio de comunicação — equilibrar aniversário e produto em mensagem única proporcional ao propósito institucional do banco — é clara e precisa. Nota 10: cumprimento integral do subquesto.
MÉDIA: 9,3 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

Subquesto II – Estratégia de Comunicação Publicitária | Pontuação Máxima: 20 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	18	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: o partido temático proposto — 'Microcrédito Banpará. Você

Assinatura
Assinatura

		empreende, a gente tá junto' / 'Banpará, 65 anos. Tá do seu lado, tá na sua história' — é bem adequado à natureza do anunciante e ao briefing. O conceito de dupla leitura é funcionalmente sólido: o mote opera no plano do produto e a assinatura institucional ancora a longevidade da marca de forma complementar e convergente. A construção 'você empreende / a gente tá junto' tem clareza, proximidade com o público-alvo e flexibilidade de desdobramento nos diferentes meios. A proposição estratégica de que a narrativa 'parte das pessoas para chegar à marca' é coerente com o briefing e diferencia a proposta de abordagens puramente institucionais. Diante do exposto, atendeu plenamente ao subquesto, com cumprimento integral dos itens exigidos, nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	19	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: a estratégia de comunicação apresenta partido temático pertinente, bem estruturado e com linguagem acessível ao perfil do público empreendedor paraense. O conceito 'Você empreende, a gente tá junto' resume com eficiência o posicionamento do Banpará como parceiro ativo — e não apenas ofertante de crédito —, enquanto a assinatura institucional 'Tá do seu lado, tá na sua história' cumpre com eficácia a função de validar a longevidade e o vínculo territorial da marca. A exequibilidade da estratégia dentro da verba referencial de R\$ 3 milhões é adequada e bem demonstrada. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu plenamente ao subquesto, com cumprimento de todos os itens exigidos.
Julgador 3	20	O partido temático é bem construído e demonstra maturidade estratégica. A solução de associar mote de produto e assinatura institucional em peças convergentes é tecnicamente sólida e garante unidade à campanha sem comprometer a clareza individual de cada mensagem. A proposição de que 'o microcrédito é a tese e o aniversário é a síntese' responde com precisão ao desafio do briefing e articula com competência os dois eixos da campanha. A ideia de 'estar junto' como conceito central permite múltiplas interpretações favoráveis e desdobramentos consistentes nos diferentes meios e formatos. A consistência entre raciocínio básico, estratégia criativa e plano de mídia é elevada. Nota 20: cumprimento integral do subquesto.
MÉDIA: 19,0 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

Subquesto III – Ideia Criativa | Pontuação Máxima: 30 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	25	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: a ideia criativa apresenta boa adequação ao briefing e demonstra cuidado com a diversidade de perfis do público-alvo paraense. O conjunto de dez peças — seis em mídia offline e quatro digitais — é bem distribuído entre os meios e contempla os diferentes segmentos do microcrédito. O uso de personagens representativos — matriarca do delivery de manipô, jovem técnico em celular, mototaxista do interior, designer de bijuterias — ancora a campanha na realidade paraense de forma reconhecível e plural. O jingle em estilo cumbia/samba tem funcionalidade clara na mídia radiofônica e potencial de memorização. A proposta do Reels com a influenciadora Ísis Vieira é escolha estratégica pertinente, com justificativa fundamentada em dados de pesquisa, e a menção ao Círio de Nazaré como contexto de veiculação demonstra leitura estratégica do calendário cultural paraense. Perde pontuação pelo uso de imagens geradas por IA como solução central para o banco de imagens, o que reduz o grau de autenticidade das peças. Diante do exposto, atendeu ao subquesto, restando ausência de 1 (um) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	26	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: a campanha apresenta ideia criativa consistente, com peças bem distribuídas entre os meios e adequada ao perfil do público empreendedor paraense. A diversidade de personagens e segmentos retratados — de confeitarias a mototaxistas, de jovens empreendedores a produtores rurais — amplia o potencial de identificação com o público-alvo e confere autenticidade à proposta. A peça para o WhatsApp, com o apelo 'Mude o status do seu negócio', demonstra criatividade no aproveitamento das especificidades da plataforma. O comercial de TV com narrativa de storytelling em

Adilson Vilela

		três personagens é exequível e adequado ao meio, e a referência ao Círio de Nazaré como momento estratégico de veiculação é leitura pertinente do calendário cultural paraense. Perde pontuação pela dependência de imagens geradas por IA, que fragiliza parcialmente a territorialidade da campanha. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao subquesto, sendo observada a ausência de 1 (um) item.
Julgador 3	27	A ideia criativa é coerente, bem executada taticamente e demonstra domínio dos meios planejados. A proposta do jingle — estrutura de 20 segundos musicais e 10 de locução, em clima de cumbia/samba — é pertinente para o rádio e potencialmente memorável pelo apelo rítmico e pelo CTA 'Bora lá', alinhado ao universo do empreendedor. O Reels com a influenciadora Ísis Vieira é escolha estratégica bem fundamentada: perfil popular com habilidade para tratar temas sérios com leveza, características alinhadas ao público-alvo do microcrédito. A menção ao Círio de Nazaré — período de forte movimentação de visitantes, quando o sentimento da identidade paraense está no auge — demonstra leitura estratégica apurada do calendário cultural. O carrossel com seis cards apresenta estrutura narrativa funcional e adequada ao ambiente digital. Perde pontuação pela originalidade criativa global, que, embora bem executada, recorre a formatos já consolidados no setor. Nota 27: ausência de 1 (um) item(ns).
MÉDIA: 26,0 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

Subquesto IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	9	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: a estratégia de mídia é bem estruturada e adequada ao desafio de cobertura estadual. O mix proposto — TV aberta (41%), rádio (25%), mídia exterior (14%), jornal (10%) e internet (9%) — é coerente com o perfil diversificado do público paraense e com a necessidade de interiorização da campanha. Os mapas de mídia com detalhamento por emissora, praça, programa, inserções e valores demonstram domínio técnico do planejamento. A fundamentação em dados do Mídia Dados Brasil, PNAD/IBGE e relatórios digitais reconhecidos confere consistência técnica ao plano. A veiculação de jornal impresso em 08 de outubro — véspera do Círio de Nazaré — é escolha estratégica bem justificada. A estratégia de não mídia por meio dos painéis nas fachadas das agências é funcional e com boa relação custo-benefício. Diante do exposto, atendeu ao subquesto, restando ausência de 1 (um) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	9	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: o plano de mídia apresenta cobertura multicanal abrangente e detalhamento tático completo, com distribuição por veículo e praça em todos os meios planejados. A escolha de 54 emissoras de rádio distribuídas por todo o Estado evidencia cuidado com a interiorização da campanha e o alcance de municípios menores. A proporção de investimento digital (9,11%), embora modesta, é reconhecida como opção deliberada compatível com o perfil conservador da instituição. A estratégia de não mídia com painéis de policarbonato adesivado nas fachadas das agências — com durabilidade de 12 meses e custo mensal estimado de R\$ 283,00 por painel — é solução prática e de alto custo-benefício. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao subquesto, sendo observada a ausência de 1 (um) item.
Julgador 3	10	A estratégia de mídia é tecnicamente sólida, com detalhamento tático completo e cobertura das principais praças regionais do Estado. A distribuição entre TV, rádio, mídia exterior, jornal e internet é equilibrada e coerente com o perfil do público-alvo paraense. A fundamentação em dados reconhecidos — Mídia Dados, PNAD/IBGE, Relatório Digital 2026 da We Are Social/Meltwater — confere consistência ao planejamento. O cronograma de veiculação é claro e estrategicamente adequado ao período de campanha, com início antes do Círio de Nazaré. A proposta de uso do jingle produzido com IA combinado a locução e pós-produção em estúdio profissional é solução equilibrada entre economicidade e qualidade. Nota 10: cumprimento integral do

Assinatura

[Assinatura]

	subquesto.
MÉDIA: 9,3 pontos	<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

QUADRO RESUMO – QUESITO 1

SUBQUESTO	PONT. MÁX.	MÉDIA
I – Raciocínio Básico	10	9,3
II – Estratégia de Comunicação Publicitária	20	19,0
III – Ideia Criativa	30	26,0
IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	9,3
TOTAL QUESITO 1	70	63,7

BELÉM-PA, 31 DE agosto DE 2026.

JULGADOR 1 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 2 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 3 Membro da Subcomissão Técnica
---	---	---

Adriano Pinho



BANCO DO ESTADO DO PARÁ – BANPARÁ
LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 001/2026 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE
SUBCOMISSÃO TÉCNICA – JULGAMENTO DO INVÓLUCRO Nº 1
Plano de Comunicação Publicitária | Lei nº 12.232/2010

Licitação Nº:	001/2026 – Serviço de Publicidade
Invólucro Avaliado:	Nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária (Proposta Não Identificada)
Conceito / Mote:	"Banpará. Há 65 anos, o banco que impulsiona os sonhos da nossa gente."
Partido Temático:	O comprometimento do Banpará com soluções de responsabilidade social através do microcrédito
Membros da Subcomissão:	Julgador 1 Julgador 2 Julgador 3

QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA | Pontuação Máxima: 70 pontos

Subquesto I – Raciocínio Básico | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	9	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: a proposta demonstra acuidade analítica elevada na caracterização do ecossistema econômico paraense, com dados precisos e atualizados sobre o peso das micro e pequenas empresas no Estado — 94% dos empregos gerados, 97% das empresas, mais de 482 mil empreendimentos em 2026, conforme fontes do Sebrae-PA e Caged. O raciocínio identifica com clareza o papel estratégico do Banpará nesse ecossistema e articula com precisão o desafio de comunicação: transformar a celebração dos 65 anos em oportunidade de reposicionamento do banco junto ao público empreendedor. A análise do microcrédito como eixo central da campanha é pertinente e fundamentada. Diante do exposto, atendeu plenamente ao subquesto, com cumprimento integral dos itens exigidos, nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	9	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: o raciocínio básico apresenta diagnóstico consistente e bem fundamentado do ambiente econômico paraense, com uso adequado de dados primários do último Relatório de Administração do Banpará (saldo acumulado de R\$ 105,16 milhões em microcrédito, 8.942 operações em 2025) e fontes externas reconhecidas (Sebrae-PA, Caged). A identificação do microcrédito como eixo estratégico da campanha é tecnicamente sólida e responde com precisão ao briefing. A articulação entre os dados socioeconômicos e a necessidade de comunicação do anunciante é clara e coerente. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu plenamente ao subquesto, com cumprimento de todos os itens exigidos.
Julgador 3	10	A proposta apresenta análise contextual robusta e completa, demonstrando domínio pleno sobre o perfil econômico do Pará e o papel do Banpará no fomento ao microempreendedorismo. Os dados utilizados são pertinentes, atualizados e articulados com precisão ao desafio de comunicação. A escolha do microcrédito como partido temático central é coerente com os objetivos do briefing e a análise do ambiente competitivo frente a fintechs e instituições privadas do segmento está adequadamente contemplada. Nota 10: cumprimento integral do subquesto.
MÉDIA: 9,3 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

Subquesto II – Estratégia de Comunicação Publicitária | Pontuação Máxima: 20 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	18	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: o partido temático é plenamente adequado à natureza e às atividades do anunciante, articulando com competência o legado histórico de 65 anos à atuação presente do Banpará no fomento ao microempreendedorismo. O conceito 'Há 65 anos, o banco que impulsiona os sonhos da nossa gente' é tecnicamente sólido: a palavra 'impulsiona' conecta a linguagem institucional à



Adriana Pinto

		linguagem digital massificada pelos empreendedores (impulsionar postagens), conferindo contemporaneidade ao conceito sem perder o eixo institucional. A expressão 'nossa gente' amplia o alcance público de forma inclusiva. A estratégia demonstra pleno domínio do briefing e excelente capacidade de articulação entre conhecimento do anunciante, desafio e objetivos de comunicação. Diante do exposto, atendeu plenamente ao subquesto, com cumprimento integral dos itens exigidos, nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	19	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: a estratégia de comunicação é bem estruturada e coerente com o posicionamento do Banpará como banco de desenvolvimento social. O partido temático centrado no microcrédito é relevante e diferenciador, e o conceito apresenta dupla leitura bem fundamentada. A argumentação em defesa do partido é consistente e a exequibilidade da estratégia, considerada a verba referencial de R\$ 3 milhões, é adequada. A estratégia em duas fases — conceito geral seguido de desdobramento por produto — demonstra maturidade de planejamento e domínio técnico elevado. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu plenamente ao subquesto, com cumprimento de todos os itens exigidos.
Julgador 3	20	A estratégia de comunicação apresenta partido temático pertinente e muito bem defendido, com conceito criativo de boa força simbólica e clara aderência ao briefing. A identificação do microcrédito como síntese do compromisso social do Banpará é estrategicamente acertada e diferencia a proposta das abordagens institucionais genéricas. A consistência técnica é elevada, com articulação coerente entre o raciocínio básico, a estratégia criativa e o plano de mídia. A divisão da campanha em duas fases complementares reforça a exequibilidade da proposta dentro do período e da verba referenciais. Nota 20: cumprimento integral do subquesto.
MÉDIA: 19,0 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

Subquesto III – Ideia Criativa | Pontuação Máxima: 30 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	26	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: a ideia criativa demonstra alto grau de pertinência, originalidade aplicada e exequibilidade. O uso de cinco personagens reais — batedora de açaí, mototaxista, artesã de miriti, DJ e dona de restaurante de comidas típicas — ancora a campanha na identidade cultural paraense de forma genuína, sem recorrer a estereótipos ou folclorização. A identidade visual que utiliza a estrela da bandeira do Pará como elemento estruturante das peças, combinada ao esquema cromático do vermelho e azul da bandeira estadual, confere unidade visual sofisticada e territorialmente referenciada. A Série 'Impulsionador de Sonhos' é ponto de destaque: o Episódio 1, centrado na artesã de miriti, integra com habilidade a narrativa do microcrédito ao Círio de Nazaré, sem desvirtuar o partido temático institucional, demonstrando leitura estratégica apurada do calendário cultural paraense. Diante do exposto, atendeu ao subquesto, restando ausência de 1 (um) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	27	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: a ideia criativa é coerente, bem executada e adequada ao perfil do anunciante. O uso de personagens representativos de linhas específicas de microcrédito garante clareza e identificação imediata com o público-alvo. As peças corporificadas — cartaz, barcodoor, busdoor, mini outdoor social e outdoor — apresentam execução visual de qualidade, com destaque para a utilização da estrela da bandeira do Pará como fundo estrutural das composições, reforçando o vínculo territorial da campanha de forma contemporânea. A websérie documental com cinco episódios é adequada ao meio e ao público digital. O Episódio 1, ao conectar a trajetória da artesã ao Círio de Nazaré, demonstra sensibilidade cultural que enriquece a narrativa institucional sem desviar o foco do microcrédito. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao subquesto, sendo observada a ausência de 1 (um) item.
Julgador 3	28	A ideia criativa apresenta boa adequação ao briefing e às



 Anderson Pinto

	características do anunciante, com linguagem visual e narrativa coerentes com o público-alvo. O uso de personagens reais ligados a atividades emblemáticas da economia popular paraense é acertado e confere autenticidade à campanha. A referência ao Círio de Nazaré no Episódio 1 da websérie é elemento de inteligência estratégica relevante: conecta a campanha ao calendário cultural mais significativo do Estado sem transformá-la em peça meramente comemorativa, mantendo o foco no microcrédito e no empreendedorismo. A ideia do hotsite 'impulsionateusonho.com.br' como hub de conversão é funcional e coerente com o conjunto da estratégia criativa. Nota 28: ausência de 1 (um) item(ns).
MÉDIA: 27,0 pontos	<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

Subquesto IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	9	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: a estratégia de mídia é bem estruturada e adequada ao desafio de cobertura estadual em curto prazo. A divisão do investimento — 88,75% em mídia e 11,25% em produção — é tecnicamente justificada e compatível com a verba referencial. O mix de mídia contempla os três meios de maior penetração no Brasil (TV aberta, OOH e digital), complementados por rádio de alta relevância no interior do Pará. O detalhamento por praça — Região Metropolitana de Belém, polos regionais e interior — demonstra conhecimento genuíno dos hábitos de consumo de mídia da população paraense. O plano inclui ações proprietárias relevantes (hotsite, canais internos, agências). Diante do exposto, atendeu ao subquesto, remanescendo ausência de 1 (um) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	9	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: a estratégia de mídia apresenta consistência técnica elevada, com fundamentação em pesquisas reconhecidas (Mídia Dados/Grupo de Mídia de São Paulo, IBOPE) e dados do próprio Sebrae sobre o perfil dos microempreendedores paraenses. O plano de distribuição simulado, com detalhamento por veículo, programa, horário, número de inserções e custo total, demonstra domínio técnico do planejamento de mídia. A inclusão do mini outdoor social — que além de capilaridade nas periferias gera renda para moradores — é elemento que demonstra criatividade na estratégia de não mídia. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao subquesto, sendo observada a ausência de 1 (um) item.
Julgador 3	10	A estratégia de mídia é abrangente e muito bem fundamentada, com cobertura das seis mesorregiões do Estado e mix equilibrado entre meios massivos e digitais. A fundamentação em dados do Mídia Dados e do IBOPE confere consistência técnica ao plano. A integração entre mídias offline e online, convergindo para o hotsite como ponto central de conversão, demonstra visão integrada de comunicação. O plano tático com cronograma detalhado por veículo e inserções, incluindo simulação de parâmetros de cobertura e frequência para o conjunto das mídias, reforça a plena exequibilidade e economicidade da proposta. Nota 10: cumprimento integral do subquesto.
MÉDIA: 9,3 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

QUADRO RESUMO – QUESITO 1

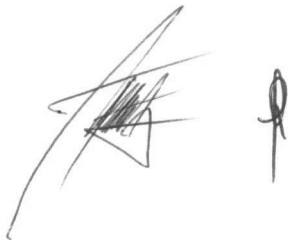
SUBQUESTO	PONT. MÁX.	MÉDIA
I – Raciocínio Básico	10	9,3
II – Estratégia de Comunicação Publicitária	20	19,0
III – Ideia Criativa	30	27,0
IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	9,3
TOTAL QUESITO 1	70	64,7

BELÉM-PA, 15 DE agosto DE 2026.

JULGADOR 1 Membro da	JULGADOR 2 Membro da	JULGADOR 3 Membro da
-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

Adriana Pilo

Adriana Pinto

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Adriana Pinto', with a large, stylized initial 'A' and a vertical stroke to the right.

BANCO DO ESTADO DO PARÁ – BANPARÁ
LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 001/2026 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE
SUBCOMISSÃO TÉCNICA – JULGAMENTO DO INVÓLUCRO Nº 1

Plano de Comunicação Publicitária | Lei nº 12.232/2010

Licitação Nº:	001/2026 – Serviço de Publicidade
Invólucro Avaliado:	Nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária (Proposta Não Identificada)
Conceito / Mote:	"Banpará 65 anos. Ninguém faz mais pelo Pará do que este paraense."
Partido Temático:	O Banpará celebra quem faz o Pará crescer
Membros da Subcomissão:	Julgador 1 Julgador 2 Julgador 3

QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA | Pontuação Máxima: 70 pontos

Subquesto I – Raciocínio Básico | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	5	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: a proposta demonstra análise do contexto socioeconômico paraense com citação de dados relevantes, como o índice de informalidade (56,7% segundo PNAD/IBGE 2025) e a presença do Banpará nos 144 municípios. Contudo, o raciocínio peca na identificação dos objetivos de comunicação, que se apresentam de forma genérica, sem articular com precisão o desafio específico dos 65 anos da instituição. A análise do anunciante é competente, mas não demonstra acuidade diferenciada em relação ao briefing. Diante do exposto, atendeu ao subquesto, remanescendo ausência de 2 (dois) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	6	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: o raciocínio básico apresenta diagnóstico razoável do Banpará, com menção ao seu papel social e territorial. Entretanto, a análise não alcança a profundidade esperada: os aspectos relativos às necessidades de comunicação publicitária são tratados de forma superficial, sem evidenciar o contexto competitivo e o posicionamento diferenciado. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao subquesto, sendo observada a ausência de 2 (dois) itens.
Julgador 3	7	A agência apresenta elementos históricos e contextuais sobre o Banpará, com assertividade parcial na análise do desafio de comunicação. O diagnóstico sobre o papel do Banpará Comunidade como eixo estratégico é pertinente, mas a análise do ambiente competitivo frente a fintechs e bancos privados é superficial. Nota 7: ausência de 1 (um) item(ns).
MÉDIA: 6,0 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

Subquesto II – Estratégia de Comunicação Publicitária | Pontuação Máxima: 20 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	11	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: o partido temático 'O Banpará celebra quem faz o Pará crescer' é pertinente, porém a estratégia apresenta contradição técnica grave: ao mesmo tempo em que reivindica profundo conhecimento territorial paraense, utiliza a Região Metropolitana de Fortaleza como praça metodológica de referência (base Kantar TGI Brasil 2025 R4). Essa opção fragiliza a consistência técnica da estratégia e a exequibilidade da proposta, evidenciando insuficiência de dados primários sobre o mercado paraense — falha que compromete diretamente a credibilidade de uma campanha que se propõe fundamentada no conhecimento do território. Diante do exposto, atendeu ao subquesto, remanescendo ausência de 3 (três) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	12	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: a estratégia apresenta conceito com dupla leitura interessante, mas resente-se de consistência técnica em aspectos fundamentais. A utilização de dados de Fortaleza como proxy estatístico para o Pará é escolha metodologicamente questionável, especialmente para uma campanha que se propõe a celebrar a paraensidade como



 Adriano Pinto

		diferencial — contradizendo a própria proposta criativa e revelando fragilidade no conhecimento do mercado local. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao subquesto, sendo observada a ausência de 2 (dois) itens.
Julgador 3	13	O conceito criativo possui força simbólica e potencial de identificação regional. No entanto, a estratégia perde consistência ao basear seu planejamento em dados de outra praça geográfica (Fortaleza/Kantar TGI), contradizendo frontalmente o discurso de profundo conhecimento da realidade paraense. A exequibilidade e a consistência técnica da estratégia são comprometidas por essa escolha metodológica. Nota 13: ausência de 2 (dois) item(ns).
MÉDIA: 12,0 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

Subquesto III – Ideia Criativa | Pontuação Máxima: 30 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	18	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: a ideia criativa centrada no protagonismo dos empreendedores paraenses e na estética documental humanizada é adequada à natureza do anunciante. A proposta de websérie 'O Pará Acontece Aqui' é exequível e pertinente. Contudo, a originalidade da solução é limitada: o recurso de deslocar o protagonismo da marca para o consumidor é estratégia amplamente utilizada no mercado. A multiplicidade de interpretações favoráveis é razoável. Diante do exposto, atendeu ao subquesto, remanescendo ausência de 2 (dois) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	19	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: a campanha apresenta ideia razoavelmente criativa, com uso adequado do melody paraense como elemento de identidade cultural. A proposta de conteúdo documental é pertinente, porém pouco inovadora no contexto publicitário atual. O conceito de valorizar histórias reais de empreendedores já foi amplamente explorado por instituições financeiras, reduzindo a originalidade da solução. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao subquesto, sendo observada a ausência de 2 (dois) itens.
Julgador 3	20	A ideia criativa tem pontos positivos: o mote tem potencial de identificação, o uso do melody paraense é estratégico e a proposta visual documental é coerente com o público-alvo. A originalidade da solução ainda é limitada, pois estratégias centradas no protagonismo do cliente já são recorrentes no setor bancário. Nota 20: ausência de 1 (um) item(ns).
MÉDIA: 19,0 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

Subquesto IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	7	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: a estratégia de mídia apresenta estrutura básica com presença nos principais meios, mas é prejudicada de forma significativa pela opção de utilizar dados de Fortaleza como referência para o planejamento de consumo de mídia da população paraense. Isso compromete o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo e a consistência técnica da proposta — mesma fragilidade metodológica já identificada no Subquesto II. Diante do exposto, atendeu ao subquesto, remanescendo ausência de 2 (dois) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	9	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: a estratégia de mídia contempla os principais meios com distribuição percentual detalhada. Entretanto, a fundamentação metodológica é frágil: o uso da base TGI de Fortaleza como proxy para o Pará enfraquece a consistência do conhecimento sobre os hábitos de consumo do público paraense. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao subquesto, sendo observada a ausência de 1 (um) item.
Julgador 3	10	O plano de mídia apresenta cobertura multicanal adequada e detalhamento tático razoável, com distribuição de verba justificável (31,52% digital, 27,17% TV). A fundamentação em dados de outra praça geográfica (Fortaleza) segue sendo uma fragilidade metodológica pontual, sem comprometer de forma

Assinatura
Assinatura
Assinatura

	decisiva a exequibilidade do plano tático apresentado. Nota 10: cumprimento integral do subquesto.
MÉDIA: 8,7 pontos	<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

QUADRO RESUMO – QUESITO 1

SUBQUESTO	PONT. MÁX.	MÉDIA
I – Raciocínio Básico	10	6,0
II – Estratégia de Comunicação Publicitária	20	12,0
III – Ideia Criativa	30	19,0
IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	8,7
TOTAL QUESITO 1	70	45,7

BELÉM-PA, 13 DE agosto DE 2026.

JULGADOR 1 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 2 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 3 Membro da Subcomissão Técnica
---	---	---

Adriana Pulo



BANCO DO ESTADO DO PARÁ – BANPARÁ
LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 001/2026 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE
SUBCOMISSÃO TÉCNICA – JULGAMENTO DO INVÓLUCRO Nº 1
Plano de Comunicação Publicitária | Lei nº 12.232/2010

Licitação Nº:	001/2026 – Serviço de Publicidade
Invólucro Avaliado:	Nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária (Proposta Não Identificada)
Conceito / Mote:	"Banpará, o saldo é positivo para a sua vida"
Partido Temático:	Os 65 anos do Banpará como prova concreta de utilidade e permanência na vida do paraense, com o microcrédito como eixo de comprovação
Membros da Subcomissão:	Julgador 1 Julgador 2 Julgador 3

QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA | Pontuação Máxima: 70 pontos

Subquesto I – Raciocínio Básico | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	8	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: o raciocínio básico demonstra acuidade na leitura do contexto institucional do Banpará, com identificação precisa da tensão entre o capital simbólico construído ao longo de 65 anos e a necessidade de converter essa herança em relevância percebida no presente. O diagnóstico a partir da escuta em redes sociais — com análise de 718 comentários no perfil do Instagram do banco entre janeiro e março de 2026 — confere consistência empírica à leitura do problema e diferencia a proposta pelo uso de dados primários. A identificação do microcrédito como eixo narrativo central é pertinente e bem articulada com o briefing. Perde pontuação pela extensão do diagnóstico socioeconômico do Estado, que, embora relevante, dilui parcialmente a objetividade da análise. Diante do exposto, atendeu ao subquesto, remanescendo ausência de 1 (um) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	9	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: o raciocínio básico exibe qualidade analítica na contextualização do Banpará como banco público de função territorial ampliada, e a leitura sobre a centralidade do microcrédito para públicos de baixa renda é pertinente ao desafio proposto. O uso de análise de sentimento aplicada a postagens do Instagram do banco é diferencial metodológico relevante que confere base empírica sólida ao diagnóstico. A articulação entre a história de 65 anos da instituição e o papel do microcrédito como prova concreta de permanência útil é consistente e bem fundamentada nas necessidades de comunicação identificadas. Perde pontuação pela menor síntese na definição operacional do desafio central de comunicação. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao subquesto, sendo observada a ausência de 1 (um) item.
Julgador 3	10	O raciocínio básico apresenta leitura coerente e completa sobre o papel do Banpará no território paraense, com ênfase adequada à dimensão pública e social da instituição. A articulação entre os 65 anos do banco e o produto Banpará Microcrédito como eixo estratégico da campanha é logicamente consistente e bem ancorada nas necessidades de comunicação identificadas no briefing. O uso de dados de escuta social para fundamentar o diagnóstico é elemento metodológico robusto que diferencia esta proposta das demais. Nota 10: cumprimento integral do subquesto.
MÉDIA: 9,0 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

Subquesto II – Estratégia de Comunicação Publicitária | Pontuação Máxima: 20 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	19	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: a Estratégia de Comunicação Publicitária apresenta partido temático bem estruturado em torno do conceito "Pra tua vida

Adriano Pinto

		melhorar, vem pro Banpará" — atualizado para "Banpará, o saldo é positivo para a sua vida" —, com defesa coerente e boa articulação entre identidade institucional, pertencimento regional e utilidade econômica concreta. A organização da campanha a partir de movimentos estratégicos complementares — transformar legado em relevância atual, converter pertencimento regional em confiança acionável, fazer do microcrédito prova concreta da atuação do banco — demonstra consistência técnica e domínio do briefing. A ancoragem em Viviane Batidão e no tecnomelody como elementos de identificação territorial e cultural é escolha estratégica pertinente à natureza do anunciante. Perde pontuação pela ausência de maior detalhamento sobre a exequibilidade da estratégia dentro da verba referencial. Diante do exposto, atendeu ao subquesto, remanescendo ausência de 1 (um) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	19	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: a proposta organiza a Estratégia de Comunicação a partir de uma leitura ampla do Banpará como agente de desenvolvimento territorial, com o conceito "Banpará, o saldo é positivo para a sua vida" funcionando como síntese coerente dessa visão. A escolha do microcrédito como eixo narrativo principal é adequada ao desafio proposto e demonstra compreensão das especificidades do anunciante. A defesa do partido temático é consistente e a articulação com o universo cultural paraense, especialmente pela presença de Viviane Batidão e do tecnomelody, é bem justificada como estratégia de proximidade. Perde pontuação pela insuficiência de dados que sustentem de forma mais completa as escolhas de segmentação de público. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao subquesto, sendo observada a ausência de 1 (um) item.
Julgador 3	20	A estratégia de comunicação apresenta coerência sólida entre o partido temático adotado e o desafio central do briefing. O conceito "Banpará, o saldo é positivo para a sua vida" é pertinente, com boa capacidade de desdobramento criativo e de conexão com diferentes segmentos de público. A decisão de não tratar os 65 anos apenas como data comemorativa, mas como prova de permanência e utilidade concreta na vida do paraense, é leitura estratégica adequada à natureza do anunciante. A incorporação de elementos da cultura paraense — como o tecnomelody e a presença de Viviane Batidão — confere identidade regional sem recair no regionalismo decorativo. Nota 20: cumprimento integral do subquesto.
MÉDIA: 19,3 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

Subquesto III – Ideia Criativa | Pontuação Máxima: 30 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	24	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: a ideia criativa apresenta alinhamento consistente com a estratégia de comunicação e demonstra coerência com o desafio do briefing. O rol de peças é extenso e abrangente, com boa cobertura de formatos e canais. A presença de Viviane Batidão como âncora cultural e o uso do tecnomelody como assinatura sonora são escolhas pertinentes que conferem identidade regional à campanha e cumprem função de unificação visual e sonora do conjunto criativo. Peças como a mídia fluvial e o bikedoor, também presentes em outras propostas concorrentes, compõem adequadamente a estratégia de territorialização. A websérie de casos Banpará Microcrédito e o camarote institucional no Círio de Nazaré são recursos bem justificados estrategicamente. Perde pontuação pela originalidade global da solução, que ainda recorre predominantemente a formatos já consolidados no setor bancário. Diante do exposto, atendeu ao subquesto, remanescendo ausência de 2 (dois) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	27	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: a proposta criativa apresenta volume expressivo de peças com boa distribuição entre formatos massivos, digitais e canais proprietários. A presença de Viviane Batidão confere à campanha ponto de diferenciação relevante, e a utilização do tecnomelody como assinatura sonora, combinada à recorrência visual da artista nas peças, passa a cumprir de forma satisfatória a função de sistema identitário



 Adriano Pinto

		unificador do conjunto criativo. A mídia fluvial e o bikedoor, formatos também adotados por outras concorrentes, são empregados de forma adequada à estratégia de capilaridade. A websérie de casos de sucesso do microcrédito é bem pensada como ferramenta de aprofundamento narrativo e engajamento digital, e a presença no Círio de Nazaré por meio de camarote institucional é elemento culturalmente pertinente. Perde pontuação pela originalidade criativa global, ainda limitada pelo uso de formatos reconhecidos no setor. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao subquesto, sendo observada a ausência de 1 (um) item.
Julgador 3	28	A ideia criativa demonstra esforço consistente de territorialização da comunicação, com suportes como a mídia fluvial e o bikedoor — também presentes em propostas concorrentes — empregados de forma adequada e sem pretensão de exclusividade, dialogando diretamente com os modos de circulação do público paraense. A presença de Viviane Batidão é recurso de notoriedade bem justificado, e o tecnomelody como assinatura sonora, associado à recorrência visual da artista, confere memorabilidade, pertinência cultural e unidade suficiente ao conjunto criativo. O conjunto de peças digitais é diversificado, com boa exploração de formatos e públicos segmentados. O camarote do Banpará no Círio de Nazaré como peça de presença institucional é elemento diferenciado que demonstra aderência ao contexto cultural e simbólico do Pará. Perde pontuação pela originalidade da solução global, que, embora bem executada, ainda dialoga com formatos consolidados no setor. Nota 28: ausência de 1 (um) item(ns).
MÉDIA: 26,3 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

Subquesto IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	9	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: a Estratégia de Mídia apresenta mix multicanal com presença nos principais meios — TV, rádio, mídia exterior, digital e portais regionais —, com verba total distribuída de forma estruturada e planilhas de investimento detalhadas por veículo e praça. A estratégia digital tem abrangência relevante, com uso de Meta Ads, YouTube e portais locais, demonstrando atenção à cobertura regional e à segmentação por público. A estratégia de não mídia contempla os canais proprietários do banco — extratos, URA, aplicativo, e-mail, intranet —, com racionalização coerente do uso de cada canal. Perde pontuação pela ausência de fundamentação em dados de audiência e pesquisa de consumo de mídia para a seleção e priorização dos veículos. Diante do exposto, atendeu ao subquesto, remanescendo ausência de 1 (um) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	10	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: o plano de mídia apresenta distribuição de verba coerente com os objetivos de cobertura estadual e inclui formatos adequados ao perfil do anunciante, como TV, rádio, mídia exterior e digital. As planilhas táticas com detalhamento por emissora, praça e período demonstram domínio operacional do planejamento. A estratégia digital é abrangente e contempla segmentação por público bem definida, e a estratégia de não mídia integra de forma racional os canais proprietários do banco, com justificativa funcional para cada ponto de contato. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu plenamente ao subquesto, com cumprimento de todos os itens exigidos.
Julgador 3	10	A estratégia de mídia é bem estruturada em termos de cobertura e diversidade de canais, com planilhas de investimento detalhadas e segmentação digital consistente por público prioritário. A presença nos portais regionais demonstra atenção ao ecossistema de mídia paraense e ao perfil do público-alvo. O uso de canais proprietários do banco como parte da estratégia de não mídia é racionalmente justificado e demonstra visão integrada de comunicação. Nota 10: cumprimento integral do subquesto.
MÉDIA: 9,7 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>



 Adilson P. Ribeiro

QUADRO RESUMO – QUESITO 1

SUBQUESITO	PONT. MÁX.	MÉDIA
I – Raciocínio Básico	10	9,0
II – Estratégia de Comunicação Publicitária	20	19,3
III – Ideia Criativa	30	26,3
IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	9,7
TOTAL QUESITO 1	70	64,3

BELÉM-PA, 13 DE agosto DE 2026.

JULGADOR 1 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 2 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 3 Membro da Subcomissão Técnica
--	--	--

Adriana Pito



BANCO DO ESTADO DO PARÁ – BANPARÁ
LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 001/2026 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE
SUBCOMISSÃO TÉCNICA – JULGAMENTO DO INVÓLUCRO Nº 1

Plano de Comunicação Publicitária | Lei nº 12.232/2010

Licitação Nº:	001/2026 – Serviço de Publicidade
Invólucro Avaliado:	Nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária (Proposta Não Identificada)
Conceito / Mote:	"Há 65 anos, o paraense cresce junto com o Banpará"
Partido Temático:	O Banpará como parceiro histórico do crescimento do empreendedor paraense, com o microcrédito como eixo central da campanha de aniversário de 65 anos
Membros da Subcomissão:	Julgador 1 Julgador 2 Julgador 3

QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA | Pontuação Máxima: 70 pontos

Subquesito I – Raciocínio Básico | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	8	Em análise ao subquesito, registra-se a seguinte avaliação técnica: o raciocínio básico demonstra contextualização adequada do cenário econômico paraense, com referências pertinentes ao papel do microcrédito no fomento ao empreendedorismo e à inclusão produtiva. A caracterização do Banpará como agente de desenvolvimento de dupla natureza — financeira e institucional — é consistente com o briefing. O desafio de comunicação é enunciado com clareza: converter os 65 anos em oportunidade de reposicionamento junto ao público empreendedor, tornando visível o impacto concreto das ações do banco. Perde pontuação pela ausência de dados primários do próprio Banpará — como volume de operações de microcrédito ou saldo da carteira — o que limita a profundidade do diagnóstico. Diante do exposto, atendeu ao subquesito, remanescendo ausência de 1 (um) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	9	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: o texto apresenta diagnóstico contextual bem articulado sobre a atuação do Banpará e o papel estratégico do microcrédito no Estado, com menção à Política de Responsabilidade Social, Ambiental e Climática (PRSAC) e à capilaridade da instituição nos 144 municípios paraenses. A identificação do descompasso entre prática e percepção pública como problema central de comunicação é pertinente e bem fundamentada. A justificativa para o uso do microcrédito como eixo temático é coerente. Perde pontuação pela ausência de análise mais aprofundada do panorama competitivo frente a fintechs e bancos privados atuantes no segmento. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao subquesito, sendo observada a ausência de 1 (um) item.
Julgador 3	10	O raciocínio básico é sólido e completo, demonstrando leitura qualificada do contexto institucional do Banpará e do cenário socioeconômico paraense, com abordagem consistente sobre a informalidade, a presença dos micro e pequenos empreendedores e o papel histórico da instituição. O argumento central — de que a comunicação deve avançar do plano institucional para o relacional, tornando visível o impacto concreto do banco — é estrategicamente pertinente e bem desenvolvido. A identificação do aniversário de 65 anos como oportunidade de reposicionamento é adequada e bem fundamentada. Nota 10: cumprimento integral do subquesito.
MÉDIA: 9,0 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

Subquesito II – Estratégia de Comunicação Publicitária | Pontuação Máxima: 20 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	17	Em análise ao subquesito, registra-se a seguinte avaliação técnica: o partido temático "Há 65 anos, o paraense cresce junto com o Banpará" é adequado ao briefing e ao perfil do anunciante, com





		linguagem acessível e apelo emocional pertinente ao público empreendedor. O conceito de "crescimento junto" expressa parceria e pertencimento de forma funcional, com potencial de desdobramento consistente nos diferentes meios. A estruturação em quatro eixos — o que dizer, a quem dizer, quando dizer e como dizer — demonstra organização estratégica e domínio do planejamento de comunicação. A segmentação dos públicos prioritários é coerente com o briefing, contemplando micro e pequenos empreendedores formais e informais, trabalhadores autônomos e mulheres empreendedoras. Perde pontuação pela ausência de indicadores de resultado mensuráveis. Diante do exposto, atendeu ao subquesto, remanescendo ausência de 1 (um) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	18	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: a estratégia de comunicação apresenta partido temático bem fundamentado e adequado ao aniversário de 65 anos, com conceito que integra legado histórico e relevância presente de forma equilibrada e tecnicamente sólida. A expressão "junto" como ideia-força cumpre bem a função de articular a narrativa do banco com a trajetória dos empreendedores, sem concentrar protagonismo exclusivamente na marca — o que é acertado para uma campanha de banco público com missão social. A definição dos públicos prioritários é coerente com o briefing e a segmentação contempla adequadamente perfis urbanos e rurais. O detalhamento das peças por canal demonstra exequibilidade e consistência técnica da proposta. Perde pontuação pela ausência de objetivos de comunicação mensuráveis. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao subquesto, sendo observada a ausência de 1 (um) item.
Julgador 3	20	O partido temático é coerente e pertinente ao anunciante, com conceito de boa força evocativa e clara capacidade de identificação com o público empreendedor paraense. A ideia de "crescer junto" como narrativa central cobre adequadamente tanto o eixo institucional quanto o mercadológico, permitindo múltiplos desdobramentos criativos nos diferentes meios propostos. A articulação entre os quatro eixos estratégicos é sólida e demonstra consistência técnica de planejamento. A consistência entre raciocínio básico, estratégia criativa e plano de mídia é elevada. Nota 20: cumprimento integral do subquesto.
MÉDIA: 18,3 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

Subquesto III – Ideia Criativa | Pontuação Máxima: 30 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	23	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: a ideia criativa apresenta boa adequação ao briefing e escolhas visuais coerentes com o perfil do anunciante. O recurso de pessoas segurando miniaturas — representações concretas do crescimento dos negócios — é uma metáfora visual funcional e com potencial de identificação junto ao público empreendedor. O desdobramento em 10 peças corporificadas contempla os meios relevantes da campanha, com bom alinhamento entre formato e mensagem em cada canal: o cartaz destacando o programa Empodera, o outdoor com o mototaxista e o Banpará Comunidade, o carrossel para o jovem empreendedor. O mote "Quando [segmento] cresce, o Pará cresce junto" demonstra capacidade de adaptação da ideia central a diferentes perfis sem perder unidade conceitual. Perde pontuação por originalidade criativa ainda limitada — o recurso de miniaturas, embora bem executado, tem antecedentes no setor — e pela ausência de elemento visual identitário mais enraizado na cultura paraense. Diante do exposto, atendeu ao subquesto, remanescendo ausência de 2 (dois) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	24	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: a campanha apresenta ideia criativa consistente e bem executada taticamente. O recurso visual das miniaturas é de fácil compreensão e produção, com boa adequação ao objetivo de traduzir, de forma concreta, o impacto do microcrédito na vida dos empreendedores. O conjunto de peças está bem distribuído entre os meios offline e digital, e o desdobramento em motes segmentados — "Quando pequenos negócios crescem, o Pará cresce junto", "Quando o



 Juliana D'Alto

		paraense empreende, o Pará cresce junto" — demonstra planejamento cuidadoso da narrativa por público. O comercial de TV em formato de videoclipe com jingle popular é escolha pertinente para o meio e tem bom potencial de memorização. Perde pontuação pela solução visual ainda pouco vinculada a elementos identitários fortemente territoriais. Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao subquesto, sendo observada a ausência de 1 (um) item.
Julgador 3	25	A ideia criativa tem pontos positivos relevantes: o recurso das miniaturas é visualmente limpo, de fácil desdobramento e adequado à linguagem institucional do anunciante. A websérie "Banpará Histórias 65 anos" em 7 episódios é solução pertinente para o ambiente digital, com potencial de engajamento orgânico e de humanização da marca. O comercial de televisão em formato de videoclipe com jingle popular é escolha estratégica adequada: o ritmo da peça facilita memorização e amplifica o alcance junto a públicos de diferentes faixas etárias. O selo comemorativo dos 65 anos como elemento de unidade transversal das peças reforça o marco institucional com coerência. Perde pontuação pela originalidade da ideia central, que, embora bem executada, é conservadora para o porte da campanha. Nota 25: ausência de 1 (um) item(ns).
MÉDIA: 24,0 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

Subquesto IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	7	Em análise ao subquesto, registra-se a seguinte avaliação técnica: a estratégia de mídia apresenta estrutura abrangente, com cobertura multicanal entre meios tradicionais e digitais, e plano de distribuição com programação tática detalhada por veículo, programa, inserção e custo, o que demonstra domínio operacional do planejamento. O mix proposto contempla os principais meios com penetração no Estado — TV, rádio, mídia exterior, digital e canais próprios do Banpará —, com boa presença regional. A distribuição de 140 outdoors no interior e na capital e a mídia indoor em embarcações na Lancha Golfinho do Marajó são escolhas pertinentes para ampliar capilaridade. Perde pontuação pela ausência de dados de audiência ou reach estimado para os meios planejados, o que compromete parcialmente a consistência técnica do plano. Diante do exposto, atendeu ao subquesto, restando ausência de 2 (dois) item(ns), nos termos do item 10.3.2 do Edital.
Julgador 2	9	Ao examinar a proposta, observa-se o seguinte: o plano de mídia apresenta distribuição de verba entre produção (12,12%) e veiculação (87,08%), coerente com a natureza da campanha. O cronograma de 30 dias é adequado ao período de outubro e a lógica de fases — apresentação, circulação e sustentação — está presente. O detalhamento tático por veículo é extenso e demonstra trabalho de orçamentação consistente, totalizando R\$ 2.976.268,27. A estratégia de não mídia contempla a ambientação das agências com móveis e wobblers. Perde pontuação pela ausência de fundamentação em dados de pesquisa de audiência reconhecidos (Mídia Dados, IBGE, PNAD ou similar). Nesse sentido, conclui-se que a proposta atendeu ao subquesto, sendo observada a ausência de 1 (um) item.
Julgador 3	10	A estratégia de mídia tem pontos muito positivos: cobertura estadual ampla, mix equilibrado entre TV, rádio, mídia exterior e digital, e cronograma tático com detalhamento por veículo e inserção. A inclusão de portais regionais como O Liberal, DOL, G1 Pará, além de portais do interior como O Impacto (Santarém) e Oeste Pará News, demonstra atenção à regionalização da campanha digital. A veiculação em múltiplas praças televisivas — Belém, Marabá, Castanhal, Santarém, Altamira, Parauapebas e Redenção — é tecnicamente adequada ao perfil do anunciante e à cobertura estadual pretendida. Nota 10: cumprimento integral do subquesto.
MÉDIA: 8,7 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>



Adelino Pinto

QUADRO RESUMO – QUESITO 1

SUBQUESITO	PONT. MÁX.	MÉDIA
I – Raciocínio Básico	10	9,0
II – Estratégia de Comunicação Publicitária	20	18,3
III – Ideia Criativa	30	24,0
IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	8,7
TOTAL QUESITO 1	70	60,0

BELÉM-PA, 11 DE agosto DE 2026.

JULGADOR 1 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 2 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 3 Membro da Subcomissão Técnica
---	---	---

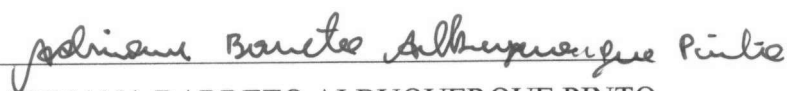
Adrienne Pinto



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2026 BANPARÁ
ATA DE REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA
JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS – INVOLUCRO Nº 3

Registra-se que os trabalhos de análise da documentação constante do **Invólucro nº 3** foram realizados nos dias **13, 14 e 17 de agosto de 2026**, oportunidade em que a Subcomissão Técnica de Julgamento deu prosseguimento ao exame dos documentos apresentados pelas licitantes, em conformidade com o disposto na **Concorrência nº 01/2026 – BANPARÁ**, observando os critérios estabelecidos no Edital e o rito previsto na **Lei nº 12.232/2010**.

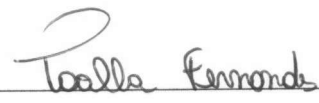
Integram o presente documento, em anexo, a tabela de classificação da análise dos pontos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, conforme edital 01/2026 do Banpará. Assim como as análises individuais de cada licitante, acompanhados das respectivas fundamentações.


ADRIANA BARRETO ALBUQUERQUE PINTO

(julgador 1)


RONALD FABRÍCIO MADEIRA RIBEIRO

(julgador 2)


PAOLA CAROLINE BORGES FERNANDES

(julgador 3)

Belém-PA, 19 de AGOSTO de 2026.

BANCO DO ESTADO DO PARÁ – BANPARÁ

LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 001/2026 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE

SUBCOMISSÃO TÉCNICA – QUADRO GERAL DE CLASSIFICAÇÃO DO INVÓLUCRO Nº 3

Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação | Lei nº 12.232/2010

Licitação N°:	001/2026 – Serviço de Publicidade		
Invólucro Avaliado:	Nº 3 – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		
Pontuação Máxima do Invólucro:	30 pontos (Quesito 2: 10 Quesito 3: 10 Quesito 4: 10)		
Membros da Subcomissão:	Julgador 1	Julgador 2	Julgador 3

COLOC.	LICITANTE	Q2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	Q3 - REPERTÓRIO	Q4 - RELATOS	TOTAL INVÓLUCRO 3
1º	Fax Comunicação	9,23	9,27	9,10	27,60
2º	Bolero Comunicação	9,17	9,10	9,23	27,50
3º	Latina Comunicadores	9,10	9,07	9,00	27,17
4º	Galvão Comunicação	8,47	9,13	8,67	26,27
5º	Pulse Comunicação Ltda.	6,77	6,23	8,93	21,93
6º	Vanguarda Group Propaganda Ltda	7,00	6,03	6,87	19,90
7º	Mais Comunicação (D.M.R. Publicidade e Propaganda Eireli)	2,23	6,57	6,53	15,33

Nota: a classificação acima refere-se exclusivamente ao Invólucro nº 3. A classificação final da licitação, prevista nos itens 10.3.3 e 10.3.4 do Edital, resulta da soma desta pontuação com a nota do Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária, máximo de 70 pontos), totalizando 100 pontos.

BELEM-PA, 19 DE AÇO DE 2026.

JULGADOR 1 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 2 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 3 Membro da Subcomissão Técnica
--	--	--


Adriano Pinto

BANCO DO ESTADO DO PARÁ – BANPARÁ
LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 001/2026 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE
SUBCOMISSÃO TÉCNICA – JULGAMENTO DO INVÓLUCRO Nº 3

Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação | Lei nº 12.232/2010

Licitação Nº:	001/2026 – Serviço de Publicidade
Invólucro Avaliado:	Nº 3 – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
Licitante:	Fax Comunicação
Membros da Subcomissão:	Julgador 1 Julgador 2 Julgador 3

QUESITO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	9,2	A proposta evidencia relação de clientes com período de atendimento devidamente especificado (item a) e descrição da equipe técnica compatível com as áreas exigidas pelo Edital (item b), com destaque para a estrutura e o modelo de empowerment descrito na sistemática de atendimento (item d), que discrimina prazos de criação e de compra de mídia de forma clara. As informações de marketing e comunicação colocadas à disposição (item e) abrangem fontes diversificadas e reconhecidas no mercado (IVC, IBOPE, Nielsen, mLabs, Similarweb, Meta Ad Library, Google AdsTransparency Center). Quanto à infraestrutura (item c), verifica-se heterogeneidade pontual entre as estações de trabalho, com equipamentos de gerações distintas convivendo no mesmo parque tecnológico, o que representa a única fragilidade de profundidade identificada na proposta.
Julgador 2	9,6	Constam adequadamente na proposta os principais clientes atendidos, com indicação do início de cada relacionamento, e a discriminação da equipe técnica responsável pela execução do contrato, com formação e experiência compatíveis com as áreas de atendimento, criação, mídia e produção gráfica. A sistemática de atendimento está bem descrita, com fluxograma e prazos objetivos para peças isoladas, campanhas e publicidade legal. O rol de informações de marketing e pesquisas de audiência disponibilizadas é amplo e atualizado. Observa-se apenas que o porte dos clientes relacionados é heterogêneo, combinando contas de expressão institucional com contas de menor porte, o que não compromete o atendimento ao item, mas limita a nota máxima.
Julgador 3	8,9	A Capacidade de Atendimento contempla relação nominal de clientes com os respectivos períodos de vínculo, currículos da equipe técnica com formação e experiência compatíveis, sistemática de atendimento estruturada em cinco etapas com prazos objetivamente discriminados, e rol consistente de informações de marketing e comunicação disponibilizadas sem ônus adicional. Registra-se, contudo, que tanto a relação de clientes (item a) quanto o parque de


Adriana Paulo

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
		equipamentos (item c) apresentam certa heterogeneidade — clientes de portes variados e estações de trabalho com configurações desiguais entre si —, o que fundamenta nota na porção superior, mas não máxima, da faixa correspondente.
MÉDIA: 9,23 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

QUESITO 3 – REPERTÓRIO | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	9,3	A licitante apresentou as 10 (dez) peças exigidas pelo subitem 9.8.1 do Edital, com fichas técnicas completas (cliente, título, datas de produção e veiculação, veículo) e peças eletrônicas disponibilizadas em pen-drive, conforme o subitem 9.8.1.2. As peças demonstram adequação consistente ao cliente, ao público-alvo e ao veículo de divulgação em todos os exemplos apresentados, com mensagens claras e produção tecnicamente bem executada. A originalidade das soluções, embora consistente, situa-se em um registro predominantemente institucional e informativo, sem propostas de ruptura criativa mais acentuada, o que fundamenta nota expressiva, ainda que não máxima.
Julgador 2	9,6	O conjunto de 10 peças atende à exigência quantitativa do Edital e revela diversidade de formatos (anúncio impresso, cartaz, comercial de TV, web banner, panfleto) e de segmentos de clientes (turismo, setor supermercadista, poder legislativo, governo estadual, saúde, poder municipal). A clareza e a adequação das mensagens aos respectivos veículos são constantes em todas as peças, e a qualidade de produção é uniforme e profissional. A originalidade criativa, embora presente em soluções pontuais (como o uso do muiiraquitã na peça do Fimupa), é de grau moderado no conjunto, o que respalda nota na porção superior da faixa, sem atingir o teto.
Julgador 3	8,9	Verifica-se a apresentação de 10 (dez) peças, em conformidade com o subitem 9.8.1 do Edital, todas datadas a partir de 2020, portanto dentro do período exigido pelo subitem 9.8.1.1. As fichas técnicas são completas e consistentes com o conteúdo das peças, sem divergências de datas ou de identificação. A adequação da linguagem a cada veículo e público é bem resolvida em todo o conjunto, e a execução técnica mantém padrão de qualidade elevado. A originalidade das soluções é sólida, ainda que de natureza majoritariamente institucional, o que justifica nota alta, mas aquém do valor máximo da faixa.
MÉDIA: 9,27 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

QUESITO 4 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	9,1	A licitante apresentou os 2 (dois) Relatos exigidos pelo subitem 9.10 do Edital — SuperNorte (Aspas) e Hemopa —, ambos formalmente

Adilson Pite

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
		referendados na última página pelos respectivos clientes, com nome, cargo e assinatura do signatário, e sem qualquer referência a ações solicitadas ou aprovadas pelo BANPARÁ. Os dois relatos evidenciam planejamento estratégico consistente e apresentam resultados robustamente quantificados ao longo de vários anos, o que demonstra de forma objetiva a contribuição da solução publicitária para os objetivos de comunicação de cada cliente. A estrutura expositiva é logicamente encadeada em ambos os casos. Os desafios relatados, conquanto relevantes, têm natureza predominantemente recorrente e operacional, o que fundamenta nota expressiva, sem atingir o valor máximo.
Julgador 2	9,4	Os dois Relatos atendem à exigência formal do Edital, com referendo devidamente formalizado pelos clientes SuperNorte/Aspas e Hemopa. O planejamento estratégico está bem evidenciado em ambos, com definição clara de temas e calendarização de campanhas. Os resultados apresentados são mensuráveis e consistentes ao longo do tempo, o que confere solidez à demonstração exigida pela alínea 'b' do Quesito 4. A complexidade dos desafios relatados é adequada ao contexto de cada cliente, ainda que de perfil mais recorrente do que de ruptura, o que situa a nota na porção superior da faixa, sem alcançar o teto.
Julgador 3	8,8	Constam os 2 (dois) Relatos exigidos, com peças anexas dentro do limite regulamentar e referendo formalizado pelos respectivos clientes. O encadeamento lógico dos relatos — problema, estratégia e resultados — é claro e bem construído nos dois casos, e os resultados obtidos são amparados por dados concretos e consistentes ao longo de múltiplos anos, tanto no relato da SuperNorte quanto no do Hemopa. A relevância dos desafios comunicacionais tratados é adequada, embora de natureza mais recorrente do que inédita, o que respalda nota alta, porém não máxima, na faixa correspondente.
MÉDIA: 9,10 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

QUADRO RESUMO – INVÓLUCRO Nº 3

QUESITO	PONT. MÁX.	MÉDIA
2 – Capacidade de Atendimento	10	9,23
3 – Repertório	10	9,27
4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	9,10
TOTAL INVÓLUCRO Nº 3	30	27,60

BELÉM-PA, 13 DE AGOSTO DE 2026.

JULGADOR 1 Membro da Subcomissão	JULGADOR 2 Membro da Subcomissão	JULGADOR 3 Membro da Subcomissão

Adelino Pinto

Técnica	Técnica	Técnica
---------	---------	---------

Assim como

2

(A)

BANCO DO ESTADO DO PARÁ – BANPARÁ
LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 001/2026 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE
SUBCOMISSÃO TÉCNICA – JULGAMENTO DO INVÓLUCRO Nº 3

Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação | Lei nº 12.232/2010

Licitação Nº:	001/2026 – Serviço de Publicidade
Invólucro Avaliado:	Nº 3 – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
Licitante:	Pulse Comunicação Ltda.
Membros da Subcomissão:	Julgador 1 Julgador 2 Julgador 3

QUESITO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	7,0	A proposta apresenta relação nominal de clientes de diferentes portes e segmentos, com períodos de atendimento devidamente informados, sistemática de atendimento estruturada com fluxograma de jobs específico ao BANPARÁ e amplo suporte de informações de marketing e pesquisa de audiência (IBOPE MW, JOVE, Kantar Ibope Media). Quanto à equipe técnica, a proposta reúne profissionais com histórico de atuação relevante em contas públicas e privadas; contudo, verifica-se inconsistência no currículo do profissional Alan Pantoja, cuja idade declarada (37 anos) é incompatível com o tempo de experiência informado (mais de 25 anos), o que compromete a confiabilidade da qualificação apresentada para esse integrante da equipe, nos termos da alínea 'b' do Quesito 2. Observa-se ainda, quanto à infraestrutura, que a metragem de 2.500m ² é atribuída ao escritório de apoio, expressamente qualificado como coworking, sem especificação da fração efetivamente dedicada ao contratante; tal imprecisão foi considerada, mas não foi tratada como insuficiência plena do item 'c', tendo em vista que a infraestrutura tecnológica (equipamentos, softwares e sistema de gestão) foi comprovada de forma robusta e independente dessa metragem. Atendeu de forma satisfatória o quesito 2, com insuficiência de 1 (um) item.
Julgador 2	6,5	Constam adequadamente a relação de clientes com respectivos períodos de atendimento, a estrutura de atendimento operacional dedicada ao BANPARÁ, com fluxograma de jobs específico, e as ferramentas de pesquisa de audiência e auditoria de mídia colocadas à disposição do contratante. Em relação à qualificação profissional, observa-se, no currículo de um dos integrantes da equipe de criação (Alan Pantoja), incompatibilidade entre a idade declarada e o tempo de experiência profissional informado, o que fragiliza a comprovação da experiência desse profissional específico, prevista na alínea 'b' do Quesito 2. Registra-se também imprecisão na descrição da infraestrutura do escritório de apoio: a metragem de 2.500m ² refere-se a um espaço identificado como coworking, portanto de natureza compartilhada, sem indicação da parcela

Adilson Pinto

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
		reservada ao BANPARÁ; a ressalva é anotada, mas não elevada à condição de insuficiência autônoma do item 'c', diante da comprovação satisfatória dos demais recursos tecnológicos. Atendeu de forma satisfatória o quesito 2, com insuficiência de 1 (um) item.
Julgador 3	6,8	A Capacidade de Atendimento evidencia carteira de clientes variada, com boa cobertura das áreas técnicas exigidas pelo Edital (estudo e planejamento, criação, mídia, internet, produção e atendimento) e informações de marketing e pesquisa de relevância comprovada. Registra-se, todavia, inconsistência pontual no currículo do profissional Alan Pantoja, cuja idade informada não é compatível com o tempo de experiência declarado, o que enfraquece a confiabilidade dessa qualificação individual, afetando a alínea 'b' do Quesito 2. Quanto à infraestrutura, observa-se que a metragem de 2.500m ² apresentada refere-se ao escritório de apoio em regime de coworking, sem esclarecimento de qual parcela estaria de fato dedicada à execução do contrato com o BANPARÁ; a observação é registrada, sem, contudo, configurar insuficiência autônoma do item 'c', tendo em vista a comprovação adequada dos demais recursos de infraestrutura tecnológica. Atendeu de forma satisfatória o quesito 2, com insuficiência de 1 (um) item.

MÉDIA: 6,77 pontos	<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>
---------------------------	--

QUESITO 3 – REPERTÓRIO | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	6,5	O Repertório apresentou as 10 peças exigidas pelo Edital, com fichas técnicas completas, distribuídas entre diferentes clientes, formatos e veículos, demonstrando originalidade das soluções criativas e adequação das mensagens aos respectivos públicos e meios. Contudo, verifica-se, na Peça 5 (Outdoor 'Óculos novos, você novo'), incompatibilidade entre a data de produção e veiculação informada (dezembro/2025) e o início da relação comercial com o cliente Ótica Trianon, declarado como cliente desde 2026 no caderno de Capacidade de Atendimento, o que compromete a integridade da comprovação dessa peça específica, nos termos da alínea 'c' do Quesito 3. As demais 9 peças não apresentam essa inconsistência. Atendeu de forma satisfatória, porém foi observada ausência de 1 (um) item do Quesito 3.
Julgador 2	6,0	As dez peças apresentadas demonstram, em sua maioria, boa adequação criativa aos respectivos clientes e meios de veiculação, com mensagens claras e execução consistente. Entretanto, a Peça 5 (Outdoor da Ótica Trianon) traz data de produção e veiculação (dezembro de 2025) anterior ao início da relação com o cliente, informado alhures como 2026, o que compromete a confiabilidade da comprovação dessa peça quanto à alínea 'c' do Quesito 3. Diante dessa inconsistência documental, atribui-se nota na porção inferior da faixa correspondente. Atendeu de forma satisfatória, porém foi

 *Adriano Pinto*

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
		observada ausência de 1 (um) item do Quesito 3.
Julgador 3	6,2	A licitante apresentou repertório diversificado, contemplando diferentes segmentos de clientes e formatos de peças, com boa qualidade de execução e adequação de linguagem aos veículos utilizados. Observa-se, porém, anacronismo na Peça 5 (Outdoor Ótica Trianon), cuja data de produção e veiculação (dezembro/2025) precede o início da relação com o cliente declarado em outro documento da proposta (2026), fragilizando a comprovação dessa peça nos termos da alínea 'c'. As demais peças não apresentam essa inconsistência. Atendeu de forma satisfatória, porém foi observada ausência de 1 (um) item do Quesito 3.

MÉDIA: 6,23 pontos	<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>
---------------------------	--

QUESITO 4 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	9,2	Os dois Relatos apresentados — 'Cairu. Do orgulho local ao respeito mundial' e 'Estação Animal. Pra quem ama seu pet' — trazem estrutura narrativa completa, com evidência clara de planejamento estratégico na proposição da solução publicitária, demonstração objetiva de contribuição para os objetivos de comunicação por meio de resultados quantificados (crescimento de engajamento, alcance e reconhecimento de marca), desafios de comunicação bem caracterizados e de relevância comprovada, além de encadeamento lógico da exposição, sem inconsistências entre título, cliente e conteúdo. O referendo do cliente está formalizado com assinatura digital verificável em ambos os relatos. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do quesito 4.
Julgador 2	8,7	Ambos os Relatos demonstram raciocínio estratégico consistente, partindo de diagnóstico claro do problema de comunicação enfrentado por cada cliente e conduzindo a uma resposta publicitária coerente com os objetivos definidos. Os resultados apresentados são quantificados e diretamente relacionados aos desafios propostos, e a exposição segue estrutura lógica e bem encadeada (contexto, estratégia, implementação, resultados e referendo do cliente), sem rupturas ou inconsistências. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do quesito 4.
Julgador 3	8,9	Os Relatos apresentados evidenciam desafios de comunicação de complexidade real — o descompasso entre reconhecimento técnico internacional e percepção pública regional, no caso da Cairu, e a dissonância entre porte físico e visibilidade urbana, no caso da Estação Animal — com soluções estrategicamente fundamentadas e resultados relevantes e proporcionais aos objetivos propostos. A exposição de ambos os relatos é logicamente encadeada e o referendo dos respectivos clientes está devidamente formalizado. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do quesito

[Assinatura]

Adriano Pinto

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
		4.

MÉDIA: 8,93 pontos	<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>
---------------------------	--

QUADRO RESUMO – INVÓLUCRO Nº 3

QUESITO	PONT. MÁX.	MÉDIA
2 – Capacidade de Atendimento	10	6,77
3 – Repertório	10	6,23
4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	8,93
TOTAL INVÓLUCRO Nº 3	30	21,93

BELÉM-PA, 13 DE Agosto DE 2026.

JULGADOR 1 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 2 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 3 Membro da Subcomissão Técnica
---	---	---

Adriane Pinto

[Assinatura]

[Assinatura]

BANCO DO ESTADO DO PARÁ – BANPARÁ
LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 001/2026 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE
SUBCOMISSÃO TÉCNICA – JULGAMENTO DO INVÓLUCRO Nº 3

Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação | Lei nº 12.232/2010

Licitação Nº:	001/2026 – Serviço de Publicidade
Invólucro Avaliado:	Nº 3 – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
Licitante:	Vanguarda Group Propaganda Ltda
Membros da Subcomissão:	Julgador 1 Julgador 2 Julgador 3

QUESITO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	7,2	A proposta apresentou de forma satisfatória a relação nominal de clientes, o quadro de profissionais qualificados por área de atuação, a infraestrutura disponibilizada e as ferramentas de pesquisa e monitoramento de mídia colocadas à disposição do BANPARÁ. Contudo, na descrição da sistemática de atendimento, a licitante fez referência ao relacionamento operacional dedicado a outro órgão público (DETRAN-PA), não evidenciando de forma específica e inequívoca o modelo de relacionamento operacional a ser praticado com o BANPARÁ, conforme exigido pela alínea 'd' do Quesito 2. Atendeu de forma satisfatória o quesito 2, com insuficiência de 1 (um) item.
Julgador 2	6,8	Constam adequadamente na proposta a relação de clientes com respectivos períodos de atendimento, a qualificação técnica dos profissionais disponibilizados, os recursos de infraestrutura e as ferramentas de pesquisa de mercado e mídia. Entretanto, o trecho destinado a demonstrar a funcionalidade do relacionamento operacional entre a licitante e o BANPARÁ menciona expressamente outro anunciante (DETRAN-PA), o que compromete a comprovação desse item específico exigido pelo Edital. Atendeu de forma satisfatória o quesito 2, com insuficiência de 1 (um) item.
Julgador 3	7,0	A Capacidade de Atendimento evidencia carteira de clientes de porte e tradição variados, equipe multidisciplinar com currículos compatíveis às necessidades do objeto licitado, infraestrutura tecnológica robusta e amplo acesso a ferramentas de pesquisa e auditoria de mídia. Todavia, ao descrever a coordenação da conta e o fluxo de relacionamento com o cliente, a proposta identifica o DETRAN-PA como anunciante atendido, quando deveria versar sobre o relacionamento operacional a ser estabelecido com o BANPARÁ. Atendeu de forma satisfatória o quesito 2, com insuficiência de 1 (um) item.

MÉDIA: 7,0 pontos	<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>
--------------------------	--

QUESITO 3 – REPERTÓRIO | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	6,3	O Repertório apresentou o número de peças exigido pelo Edital, com fichas técnicas completas e datas de veiculação dentro do período exigido. Contudo, em 2 das 10 peças apresentadas (Peças 8 e 10), verifica-se incompatibilidade entre o cliente indicado na ficha técnica e o conteúdo textual descrito como problema de comunicação resolvido, o que compromete a avaliação da adequação da solução criativa à natureza do cliente declarado, nos termos da alínea 'a' do Quesito 3. As demais peças demonstram consistência entre cliente, conteúdo e desafio de comunicação. Atendeu de forma satisfatória, porém foi observada ausência de 1 (um) item do Quesito 3.
Julgador 2	5,8	As dez peças do Repertório atendem, em sua maioria, aos requisitos de originalidade e adequação da mensagem aos respectivos públicos e veículos.

Adriane

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
		Entretanto, identifica-se em duas peças divergência entre o anunciante identificado na ficha técnica e o conteúdo da solução criativa relatada, o que impede a plena verificação da adequação da peça à natureza do cliente indicado, nos termos da alínea 'a' do Quesito 3. Diante da recorrência dessa inconsistência em mais de uma peça, atribui-se nota na porção inferior da faixa correspondente. Atendeu de forma satisfatória, porém foi observada ausência de 1 (um) item do Quesito 3.
Julgador 3	6,0	A licitante apresentou repertório diversificado, com peças de diferentes formatos e veículos, atendendo à quantidade mínima exigida pelo subitem 9.8.1 do Edital. Observa-se, contudo, que em duas peças (8 e 10) o conteúdo da solução criativa não corresponde ao cliente declarado na respectiva ficha técnica, o que enfraquece a comprovação da adequação da peça à natureza do anunciante. As demais 8 peças, isoladamente, atendem satisfatoriamente aos critérios de originalidade e adequação. Atendeu de forma satisfatória, porém foi observada ausência de 1 (um) item do Quesito 3.

MÉDIA: 6,03 pontos	<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>
---------------------------	--

QUESITO 4 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	7,1	A licitante apresentou os 2 (dois) Relatos exigidos pelo Edital, evidenciando soluções de comunicação implementadas para diferentes clientes. No Relato intitulado 'Ananindeuá em Outro Patamar', contudo, todas as fichas técnicas das peças que o compõem identificam como cliente a Prefeitura de Santarém, incompatibilidade que compromete o encadeamento lógico da exposição do relato, exigido pela alínea 'd' do Quesito 4. O segundo Relato (PROREFIS 2018) não apresenta essa inconsistência. Atendeu de forma satisfatória, porém foi observada ausência de 1 (um) item do quesito 4.
Julgador 2	6,6	Os dois Relatos apresentados descrevem, de modo geral, soluções de comunicação implementadas por clientes da licitante, com indicação de contexto, mídia utilizada e resultado esperado. No entanto, o Relato 'Ananindeuá em Outro Patamar' apresenta divergência sistemática entre o título e o cliente identificado nas fichas técnicas de todas as suas peças (Prefeitura de Santarém), o que prejudica a clareza da exposição quanto à autoria e destinação da solução relatada, nos termos da alínea 'd'. Considerando a extensão da divergência a todo o relato, atribui-se nota na porção inferior da faixa correspondente. Atendeu de forma satisfatória, porém foi observada ausência de 1 (um) item do quesito 4.
Julgador 3	6,9	Verifica-se apresentação de 2 (dois) Relatos, conforme exigido pelo subitem 9.10 do Edital, com peças anexas dentro do limite regulamentar. Entretanto, no primeiro Relato há inconsistência relevante entre o título da campanha (que remete ao município de Ananindeua) e o cliente informado nas fichas técnicas de todas as peças (Prefeitura de Santarém), fragilizando o encadeamento lógico exigido pela alínea 'd' do Quesito 4. O segundo Relato (PROREFIS 2018) mantém coerência entre título, cliente e conteúdo apresentado. Atendeu de forma satisfatória, porém foi observada ausência de 1 (um) item do quesito 4.

MÉDIA: 6,87 pontos	<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>
---------------------------	--

QUADRO RESUMO – INVÓLUCRO Nº 3

QUESITO	PONT. MÁX.	MÉDIA
2 – Capacidade de Atendimento	10	7,00
3 – Repertório	10	6,03
4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	6,87
TOTAL INVÓLUCRO Nº 3	30	19,90

Adelina R. Pinto

BELÉM-PA, 14 DE AGOSTO DE 2026.

JULGADOR 1 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 2 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 3 Membro da Subcomissão Técnica
--	--	--

Adriane Pinto





BANCO DO ESTADO DO PARÁ – BANPARÁ
LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 001/2026 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE
SUBCOMISSÃO TÉCNICA – JULGAMENTO DO INVÓLUCRO Nº 3

*Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação |
Lei nº 12.232/2010*

Licitação Nº:	001/2026 – Serviço de Publicidade
Invólucro Avaliado:	Nº 3 – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
Licitante:	Bolero Comunicação
Membros da Subcomissão:	Julgador 1 Julgador 2 Julgador 3

QUESITO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	9,0	A proposta apresenta relação nominal de clientes de porte e tradição consolidada, com destaque para vínculos de longa duração — Governo do Estado do Ceará desde dezembro de 2016 e Prefeitura Municipal de Fortaleza desde março de 2011 —, além de outros anunciantes relevantes como Iguatemi Bosque, Bosque Grão-Pará, Mendonça Aguiar, Damezza, Resibras, Land e DiverCidade. A equipe profissional demonstra qualificação robusta, com sócio-diretor detentor de 35 anos de experiência no setor e quadro de 17 profissionais de criação e 8 de atendimento. A sistemática de atendimento é apresentada de forma estruturada e o rol de ferramentas de mídia e marketing disponibilizado é extenso (Commspoint, Instar Analytics, Easymedia4, TGI, IVC, RD Station, Google Analytics, entre outras). Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do quesito 2.
Julgador 2	9,4	Verifica-se carteira de clientes de excelente porte e tradição, com relacionamentos de longa data junto a órgãos públicos de relevância (Governo do Ceará e Prefeitura de Fortaleza) e empresas privadas de peso regional. A experiência e qualificação profissional dos quadros disponibilizados é significativa, sustentada por décadas de atuação da liderança e por equipe numerosa e especializada por área. A infraestrutura tecnológica descrita é consistente e a funcionalidade do relacionamento operacional está bem detalhada, apoiada por um conjunto amplo e diversificado de ferramentas de pesquisa, monitoramento e análise de mídia e marketing, de alta utilidade para a gestão da conta. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens

 *Adriano Pinto*

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
		do quesito 2.
Julgador 3	9,1	A Capacidade de Atendimento evidencia clientes de porte e tradição expressivos, com vínculos consolidados ao longo de vários anos junto a entes públicos e privados de destaque regional. A equipe multidisciplinar apresentada é robusta, tanto em experiência da liderança quanto em número de profissionais dedicados às áreas de criação e atendimento. As informações e ferramentas de marketing colocadas à disposição são de alta qualidade e utilidade, cobrindo pesquisa, monitoramento e análise de dados de mídia. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do quesito 2.
MÉDIA: 9,17 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

QUESITO 3 – REPERTÓRIO | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	8,9	A licitante apresentou as 10 (dez) peças exigidas pelo subitem 9.8.1 do Edital, com fichas técnicas completas para cada uma, contemplando clientes de segmentos diversos (instituição financeira, governo estadual, prefeitura municipal, varejo, ONG e shopping center). Em todas as peças, o conteúdo criativo apresentado corresponde de forma coerente ao cliente e ao desafio de comunicação declarados na respectiva ficha técnica, com linguagem adequada aos diferentes meios utilizados (impresso, digital, TV e ambientmedia). A qualidade de execução é reforçada por reconhecimentos de mercado documentados em mais de uma peça. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do Quesito 3.
Julgador 2	9,4	Verifica-se a apresentação de 10 (dez) peças, conforme exigido pelo subitem 9.8.1 do Edital, abrangendo clientes de portes e naturezas distintas. As soluções criativas demonstram originalidade e adequação ao público-alvo e ao desafio de cada anunciante — do recurso semiótico minimalista da peça para a Sorveteria Bellucci à abordagem visceral da peça institucional para a Somos Um. As mensagens são claras e a linguagem está bem ajustada a cada veículo empregado. A qualidade de produção é atestada por premiações relevantes do setor, incluindo reconhecimento em festivais de criatividade. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do Quesito 3.
Julgador 3	9,0	A licitante apresentou o número integral de peças exigido

Adriane Pinto
A

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
		pelo Edital, com fichas técnicas regularmente preenchidas e coerência entre cliente, desafio de comunicação e solução criativa em todas elas. A diversidade de segmentos atendidos (financeiro, público, varejo, terceiro setor) evidencia repertório consistente de soluções adequadas a diferentes públicos e meios de veiculação. A execução das peças é de boa qualidade técnica, corroborada por reconhecimentos em premiações de mercado. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do Quesito 3.
MÉDIA: 9,10 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

QUESITO 4 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	9,0	A licitante apresentou os 2 (dois) Relatos exigidos pelo Edital — "Crediamigo 25 Anos" e "APP Crediamigo", ambos do Banco do Nordeste do Brasil S.A. — com planejamento estratégico claramente evidenciado em ambos os casos: diagnóstico do cenário competitivo, definição de insight e diretrizes que orientaram a solução criativa. Os resultados apresentados são fartamente quantificados (impactos, impressões, engajamentos, crescimento de downloads e de acessos) e diretamente relacionados aos objetivos de comunicação de cada cliente. A exposição de ambos os relatos segue estrutura lógica e coerente, sem rupturas entre título, cliente e conteúdo. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do quesito 4.
Julgador 2	9,5	Os dois Relatos demonstram planejamento estratégico consistente, partindo de diagnóstico do público e do cenário competitivo e conduzindo a soluções criativas coerentes com os objetivos definidos. A demonstração de resultados é robusta em ambos os casos, com indicadores quantitativos expressivos e diretamente vinculados aos desafios propostos (aumento de engajamento, crescimento de base de clientes, ganhos de awareness e consideração de marca). O encadeamento da exposição é claro e sem inconsistências. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do quesito 4.
Julgador 3	9,2	Verifica-se a apresentação de 2 (dois) Relatos, conforme exigido pelo subitem 9.10 do Edital, com peças anexas dentro do limite regulamentar (5 peças cada) e referendo dos respectivos clientes devidamente formalizado na última

Adriano Pires
P

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
		página de cada relato. Os desafios de comunicação relatados possuem complexidade real — concorrência de novos players digitais no microcrédito, no primeiro caso, e barreira de afinidade tecnológica de público desbancarizado, no segundo — com resultados relevantes e proporcionais aos objetivos propostos em ambos. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do quesito 4.
MÉDIA: 9,23 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

QUADRO RESUMO – INVÓLUCRO Nº 3

QUESITO	PONT. MÁX.	MÉDIA
2 – Capacidade de Atendimento	10	9,17
3 – Repertório	10	9,10
4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	9,23
TOTAL INVÓLUCRO Nº 3	30	27,50

BELÉM-PA, 14 DE AGOSTO DE 2026.

JULGADOR 1	JULGADOR 2	JULGADOR 3
Membro da Subcomissão Técnica	Membro da Subcomissão Técnica	Membro da Subcomissão Técnica



 Adriane Pinto

BANCO DO ESTADO DO PARÁ – BANPARÁ**LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 001/2026 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE****SUBCOMISSÃO TÉCNICA – JULGAMENTO DO INVÓLUCRO Nº 3**

Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação | Lei nº 12.232/2010

Licitação Nº:	001/2026 – Serviço de Publicidade		
Invólucro Avaliado:	Nº 3 – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		
Licitante:	Latina Comunicadores		
Membros da Subcomissão:	Julgador 1	Julgador 2	Julgador 3

QUESITO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	9,0	A proposta apresenta relação nominal de 16 (dezesseis) clientes, com núcleo de vínculos de tradição consolidada desde junho de 2013 — Grupo Formosa, Grupo Solar Coca-Cola, Gestor Consultoria e VGA Casa e Construção. A carteira inclui ainda a Prefeitura Municipal de Belém, cliente de porte institucional expressivo — capital do Estado e sede do próprio BANPARÁ —, o que reforça o atributo de porte previsto na alínea 'a' do Quesito 2, ainda que o vínculo seja recente. Refresa, Royal Enfield e Belmotos completam contas de menor tempo de relacionamento, sem, contudo, comprometer o conjunto. A equipe de 11 (onze) profissionais está qualificada e discriminada por área de atuação; os dois integrantes ainda em formação acadêmica ocupam funções de apoio (financeiro/administrativo e analista digital), não de área-fim, o que reduz o peso dessa ressalva. A infraestrutura é adequada às necessidades diferenciadas de cada função (criação, atendimento, administrativo). A sistemática de atendimento é clara, com prazos objetivamente discriminados, e o rol de ferramentas de marketing e pesquisa disponibilizado é consistente. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do quesito 2.
Julgador 2	9,2	Verifica-se relação de clientes regulares que combina relacionamentos de longa data — Grupo Formosa, Grupo Solar Coca-Cola e VGA Casa e Construção, desde 2013 — com a Prefeitura Municipal de Belém, anunciante de grande porte institucional na própria capital onde está sediado o BANPARÁ, o que qualifica positivamente o critério de porte do quesito. Os currículos da equipe evidenciam formação e experiência compatíveis com as demandas do contrato; os dois profissionais em formação acadêmica atuam em funções de suporte administrativo e digital, sem relação direta com a produção publicitária. A infraestrutura contempla equipamentos de diferentes capacidades alocados conforme a natureza de cada função, prática compatível com a rotina operacional de uma agência. A sistemática de atendimento é bem

Adriane Pinto

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
		estruturada, com fluxograma de trabalho definido e prazos claros, e a oferta de ferramentas de pesquisa e monitoramento de mídia (Instar Analytics, Google Analytics, Meta Business Suite Insights, V-Tracker, Reportei) é relevante e ampla. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do quesito 2.
Julgador 3	9,1	A licitante apresenta relação nominal de clientes com discriminação do início de atendimento de cada um, contemplando anunciantes de porte relevante e vínculos consolidados desde 2013, ao lado da Prefeitura Municipal de Belém — cliente de porte institucional de destaque, ainda que de vínculo recente — e de Royal Enfield, Belmotos e Refresa. A equipe de profissionais é numerosa, com experiência e formação descritas individualmente; os dois integrantes em formação acadêmica atuam em áreas de apoio, não comprometendo a qualificação da equipe técnica-fim. A infraestrutura e os recursos materiais atendem às necessidades do contrato, com alocação de capacidade compatível com cada função. A funcionalidade do relacionamento operacional é bem demonstrada, com executivo de contas exclusivo e prazos definidos para peça avulsa, campanha e plano de mídia, e as informações de marketing e pesquisa oferecidas são de boa utilidade. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do quesito 2.

MÉDIA: 9,10 pontos	<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>
---------------------------	--

QUESITO 4 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	8,8	A licitante apresentou os 2 (dois) Relatos exigidos pelo subitem 9.10 do Edital — Bougainville Belém (Grupo Status) e formosa.com.br (Grupo Formosa) —, ambos referendados pelos respectivos clientes, com identificação do nome empresarial e do nome e cargo do signatário. O planejamento estratégico está claramente evidenciado nos dois casos: no relato da Bougainville, a pesquisa orientou tanto a definição do produto (bairro semiaberto, sem taxas condominiais) quanto o conceito de campanha; no relato da formosa.com.br, a análise do cenário competitivo (concorrência de players nacionais de e-commerce) fundamentou a estratégia de posicionamento e mídia. Os resultados são quantificados em ambos — 195 lotes vendidos na primeira semana e 81% da primeira fase vendida em três meses, no caso da Bougainville; faturamento do site cinco vezes maior ao final de 2022, no caso da formosa.com.br. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do quesito 4.
Julgador 2	9,2	Os dois Relatos apresentados demonstram encadeamento lógico consistente entre contexto, desafio, estratégia e resultado. O relato da Bougainville Belém evidencia diagnóstico de público baseado em pesquisa, com decisões de produto e comunicação diretamente derivadas desse diagnóstico, culminando em resultados comerciais

Adriano Pinto


JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
		expressivos e verificáveis. O relato da formosa.com.br descreve com precisão o cenário competitivo do e-commerce paraense pós-pandemia e a vantagem competitiva definida (entrega sem frete em até 3 dias), com resultado de crescimento de faturamento do site claramente quantificado. Ambos os relatos estão devidamente referendados pelos respectivos clientes. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do quesito 4.
Julgador 3	9,0	Verifica-se a apresentação de 2 (dois) Relatos, conforme exigido pelo subitem 9.10 do Edital, com referendo formalizado pelos clientes Grupo Status e Grupo Formosa. Os desafios de comunicação relatados possuem complexidade real — a definição da configuração de um empreendimento horizontal a partir de pesquisa de público, no primeiro caso, e o posicionamento de um e-commerce regional frente a concorrentes de porte nacional, no segundo — com resultados relevantes e proporcionais aos objetivos de comunicação propostos em ambos os casos. A exposição de ambos os relatos segue estrutura lógica, sem rupturas entre contexto, estratégia e resultado. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do quesito 4.

MÉDIA: 9,00 pontos	<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>
---------------------------	--

QUESITO 3 – REPERTÓRIO | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	9,0	A licitante apresentou as 10 (dez) peças exigidas pelo subitem 9.8.1 do Edital — 4 peças soltas (Anúncio Formosa/Castanha-do-Pará, Anúncio Grupo RBA/Círio 2023, Painel Chácaras Florença, Anúncio Diário do Pará/40 anos) e 6 peças em mídia digital (Filme 45 Anos Grupo Formosa, Jingle RBATV, Filme Formosa Guamá, Filme Mês dos Namorados Formosa Mix, Filme APO, Filme Institucional Grupo Status), todas dentro do período exigido pelo subitem 9.8.1.1 e com fichas técnicas contendo cliente, título, data de produção e veículo. Observa-se, na peça 'Filme Formosa Guamá', divergência entre a data de produção informada (abril de 2024) e a data de primeira veiculação (maio de 2020), aparentando erro de digitação; a peça, no entanto, está integralmente documentada quanto a cliente, título e veículos de divulgação, o que limita o impacto dessa observação. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do Quesito 3.
Julgador 2	9,3	Verifica-se a apresentação de 10 (dez) peças, conforme exigido pelo subitem 9.8.1 do Edital, com diversidade expressiva de clientes (Formosa, Grupo RBA, Grupo Status, RBATV, Associação Paraense de Oftalmologia) e de formatos (anúncio impresso, painel indoor, filme institucional, jingle de rádio), evidenciando repertório consistente de soluções adequadas a diferentes públicos e veículos. As peças eletrônicas foram devidamente disponibilizadas em mídia digital, em conformidade com o subitem 9.8.1.2. Registra-se

Adriano Pilo

P

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
		divergência pontual de data na ficha técnica do 'Filme Formosa Guamá', isoladamente, sem reincidência nas demais 9 peças, o que caracteriza inconsistência de digitação e não compromete a avaliação da adequação e da qualidade de execução do conjunto. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do Quesito 3.
Julgador 3	8,9	A licitante apresentou o número integral de peças exigido pelo Edital, com coerência entre cliente, conteúdo e desafio de comunicação em praticamente todas elas, e disponibilização em mídia digital das peças eletrônicas, em conformidade com o subitem 9.8.1.2. Quanto à peça 'Filme Formosa Guamá', a data de veiculação informada é anterior à data de produção, o que configura inconsistência isolada de digitação na ficha técnica; a peça permanece, ainda assim, integralmente identificável quanto a cliente, título e veículos. A execução das peças mantém padrão técnico adequado ao longo de todo o conjunto apresentado. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do Quesito 3.

MÉDIA: 9,07 pontos	<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>
---------------------------	--

QUADRO RESUMO – INVÓLUCRO Nº 3

QUESITO	PONT. MÁX.	MÉDIA
2 – Capacidade de Atendimento	10	9,10
4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	9,00
3 – Repertório	10	9,07
TOTAL INVÓLUCRO Nº 3	30	27,17

BELÉM-PA, 14 DE AGOSTO DE 2026.

JULGADOR 1 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 2 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 3 Membro da Subcomissão Técnica
--	--	--

Adriano Pinto




BANCO DO ESTADO DO PARÁ – BANPARÁ
LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 001/2026 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE
SUBCOMISSÃO TÉCNICA – JULGAMENTO DO INVÓLUCRO Nº 3

Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação | Lei nº 12.232/2010

Licitação Nº:	001/2026 – Serviço de Publicidade
Invólucro Avaliado:	Nº 3 – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
Licitante:	Galvão Comunicação
Membros da Subcomissão:	Julgador 1 Julgador 2 Julgador 3

QUESITO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	8,4	A proposta apresentou relação nominal de clientes com especificação do início de atendimento de cada um — Grupo Líder, Café Líder e Castanheira Shopping desde 2008, Mineração Rio do Norte e Fazenda Solar Primavera desde 2023, Tribunal de Justiça do Estado do Pará desde 2020, entre outros —, evidenciando carteira diversificada entre varejo, indústria e setor público. A qualificação profissional está bem discriminada nas áreas de criação, atendimento, mídia, produção gráfica/eletrônica e digital, com currículos indicando tempo de experiência de cada profissional. A sistemática de atendimento menciona expressamente o BANPARÁ como destinatário do relacionamento operacional a ser estabelecido, e o rol de ferramentas de pesquisa e auditoria de mídia (Kantar Ibope Media, IVC, Spot Inteligência de Mídia, entre outras) é amplo e de utilidade relevante. Observa-se que a área de Estudo e Planejamento não conta com profissional individualmente dedicado, sendo conduzida por um board formado pelos diretores de Criação, Atendimento e Mídia. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do quesito 2.
Julgador 2	8,7	Verifica-se carteira de clientes de porte e tradição variados, com datas de início de atendimento devidamente especificadas, incluindo vínculo com o Tribunal de Justiça do Estado do Pará desde 2020 e com a Mineração Rio do Norte desde 2023. A infraestrutura descrita — 8 ambientes equipados, servidores próprios, conexões de internet independentes — é adequada à execução do contrato, e a equipe apresentada cobre de forma satisfatória as áreas de criação, atendimento, produção gráfica e



Adriana Pinto

		eletrônica, mídia e digital, com formação e experiência de cada profissional devidamente informadas. A funcionalidade do relacionamento operacional está bem evidenciada, com a licitante designando executivo específico para atendimento direto ao BANPARÁ. As informações de marketing e as ferramentas de auditoria de circulação colocadas à disposição são numerosas e pertinentes. Registra-se que o planejamento estratégico é atribuído a um colegiado de diretores, sem uma frente individualmente especializada nessa função. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do quesito 2.
Julgador 3	8,3	A Capacidade de Atendimento evidencia relação nominal de clientes com portes distintos e período de atendimento informado para cada um, equipe multidisciplinar com currículos que discriminam as áreas de criação, atendimento, mídia e produção, e infraestrutura tecnológica compatível com a execução do contrato. A sistemática de atendimento identifica de forma específica o BANPARÁ como o anunciante ao qual se destinará o relacionamento operacional, corrigindo um problema recorrente observado em outras propostas analisadas. O conjunto de ferramentas de pesquisa e monitoramento de mídia apresentado é extenso e de utilidade prática para a gestão da conta. Nota-se, contudo, que a função de Estudo e Planejamento não é exercida por profissional próprio e individualizado, mas por um board composto pelos diretores das demais áreas. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do quesito 2.

MÉDIA: 8,47 pontos

Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.

QUESITO 3 – REPERTÓRIO | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	9,0	A licitante apresentou as 10 (dez) peças exigidas pelo subitem 9.8.1 do Edital, com fichas técnicas completas indicando cliente, título, datas de produção e veiculação e veículo de divulgação, contemplando clientes de segmentos diversos (varejo, indústria alimentícia, governo estadual, shopping center e saúde). As peças eletrônicas foram reunidas em pen-drive, conforme exige o subitem 9.8.1.2. As soluções criativas são originais e adequadas a cada cliente e desafio, com destaque para a narrativa regional de "O Círio é um rio" e a abordagem de conscientização de "Mês da Consciência Negra". Observa-se, em 4 das 10 peças, resquício textual de referência a outra licitação ("Concorrência Pública nº 002/2022/PMC"), indicativo de reaproveitamento de material sem revisão integral de acabamento documental. Atendeu plenamente,



Solange Pinto

		com cumprimento de todos os itens do Quesito 3.
Julgador 2	9,3	Verifica-se a apresentação do número integral de peças exigido pelo Edital, com diversidade de clientes e meios (TV, outdoor, busdoor, cartaz) e fichas técnicas regularmente preenchidas, incluindo a indicação sucinta do desafio de comunicação em cada caso. A qualidade de execução é consistente, com roteiros, jingles e conceitos bem desenvolvidos e adequados à linguagem de cada veículo. Nota-se, em parte das peças eletrônicas, resquício de identificação de outra licitação pública ("Concorrência Pública nº 002/2022/PMC"), o que aponta para reaproveitamento de template sem depuração completa — falha pontual de acabamento documental, sem comprometer a substância das peças apresentadas. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do Quesito 3.
Julgador 3	9,1	A licitante apresentou as 10 peças exigidas, com originalidade e adequação ao público-alvo e ao desafio de cada anunciante, mensagens claras e linguagem ajustada aos diferentes veículos (TV, mídia exterior e impresso). A execução técnica é consistente ao longo do repertório. Registra-se, em algumas fichas técnicas, resquício textual de outra licitação pública, sinal de reaproveitamento de modelo documental de proposta anterior — observação registrada quanto ao acabamento, sem repercussão relevante sobre a qualidade criativa e de produção das peças. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do Quesito 3.

MÉDIA: 9,13 pontos

Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.

QUESITO 4 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	8,8	A licitante apresentou os 2 (dois) Relatos exigidos pelo Edital — "Líder: Consolidação de Posicionamento de Marca no Varejo" e "Museu da Mandioca – Exposição e Gastronomia" (Castanheira Shopping) —, com planejamento estratégico evidenciado em ambos: diagnóstico do cenário competitivo, definição de conceito e execução coerente. Os resultados são parcialmente quantificados — incremento de 10% nas vendas e mais de 20 mil curtidas/comentários no caso do Líder, e aumento de 20% no fluxo de pessoas e 15% nas vendas no caso do Castanheira. O referendo dos clientes está formalizado na última página de cada relato, com assinatura de responsável pela elaboração. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do quesito 4.

[Assinatura]

Adriane Pinto

Julgador 2	8,5	Os dois Relatos demonstram planejamento estratégico consistente, partindo de diagnóstico do cenário competitivo (concorrência de redes nacionais no caso do Líder; necessidade de posicionamento cultural autêntico no caso do Castanheira) e conduzindo a soluções criativas coerentes com os objetivos definidos. Os resultados do relato do Castanheira são bem quantificados (fluxo +20%, vendas +15%); no relato do Líder, o crescimento de fluxo de clientes é descrito apenas qualitativamente, ainda que o incremento de vendas (10%) e o engajamento digital (+20 mil interações) estejam quantificados. O encadeamento da exposição é claro em ambos, sem inconsistências entre título, cliente e conteúdo. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do quesito 4.
Julgador 3	8,7	Verifica-se a apresentação de 2 (dois) Relatos, conforme exigido pelo subitem 9.10 do Edital, com peças anexas dentro do limite regulamentar e referendo dos respectivos clientes devidamente formalizado (Líder Comércio e Indústria e Castanheira Shopping). Os desafios de comunicação relatados possuem complexidade real — reforço de posicionamento frente a redes nacionais, no caso do Líder, e articulação entre apelo comercial e autenticidade cultural, com participação da comunidade quilombola Espírito Santo do Itá, no caso do Castanheira — com resultados relevantes e proporcionais aos objetivos propostos em ambos. Atendeu plenamente, com cumprimento de todos os itens do quesito 4.

MÉDIA: 8,67 pontos

Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.

QUADRO RESUMO – INVÓLUCRO Nº 3

QUESITO	PONT. MÁX.	MÉDIA
2 – Capacidade de Atendimento	10	8,47
3 – Repertório	10	9,13
4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	8,67
TOTAL INVÓLUCRO Nº 3	30	26,27

BELÉM-PA, 17 DE AGOSTO DE 2026.

Apelmine Pito

[Assinatura]

JULGADOR 1	JULGADOR 2	JULGADOR 3
Membro da Subcomissão Técnica	Membro da Subcomissão Técnica	Membro da Subcomissão Técnica

Adriano Pinho





BANCO DO ESTADO DO PARÁ – BANPARÁ
LICITAÇÃO BANPARÁ Nº 001/2026 – SERVIÇO DE PUBLICIDADE
SUBCOMISSÃO TÉCNICA – JULGAMENTO DO INVÓLUCRO Nº 3

Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação | Lei nº 12.232/2010

Licitação Nº:	001/2026 – Serviço de Publicidade
Invólucro Avaliado:	Nº 3 – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
Licitante:	D.M.R Publicidade e Propaganda Eireli – MAIS Comunicação
Membros da Subcomissão:	Julgador 1 Julgador 2 Julgador 3

QUESITO 2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	2,5	A proposta apresentou de forma adequada a relação nominal de clientes com respectivos períodos de atendimento (item a) e discriminou as instalações e a infraestrutura disponibilizadas para a execução do contrato (item c). Contudo, verificam-se falhas relevantes em três dos cinco itens do Quesito 2. Quanto à qualificação profissional (item b), há inconsistência entre o organograma apresentado — que lista Alexandre Ramos e Elayne Brito no Setor de Mídia — e os currículos individuais efetivamente juntados, nos quais consta Alexandre Oliveira Ramos e Joelma Silva, sem currículo correspondente para Elayne Brito; adicionalmente, o Quadro Resumido de Profissionais traz anotação de rascunho não removida da versão final ("Mantendo exatamente os nomes que você definiu nesta área"), evidenciando falha de revisão do documento. Quanto à sistemática de atendimento (item d), o texto apresentado nas páginas 19 a 21 refere-se, de forma praticamente integral, ao relacionamento operacional com a Prefeitura Municipal de Curionópolis, sem qualquer adequação ao BANPARÁ. Por fim, quanto às informações de marketing e pesquisa de audiência (item e), o parágrafo correspondente alterna referências entre a Prefeitura Municipal de Curionópolis e a Prefeitura Municipal de Parauapebas, nenhuma das quais é o contratante desta licitação. Atendeu de forma insuficiente o quesito 2, com insuficiência de 3 (três) itens.
Julgador 2	2,0	Constam adequadamente na proposta a relação de clientes com os respectivos períodos de atendimento e a descrição da infraestrutura e dos recursos materiais disponibilizados para a execução do contrato. Entretanto, identificam-se comprometimentos em três itens do Quesito 2. No tocante à qualificação da equipe técnica (item b), o organograma diverge dos currículos apresentados — Elayne Brito figura no organograma sem currículo correspondente, enquanto Joelma Silva tem currículo apresentado sem constar do organograma —, e observa-se ainda anotação de rascunho não suprimida do documento, comprometendo a confiabilidade das informações. No tocante à sistemática de atendimento (item d), o conteúdo das páginas 19 a 21 foi redigido de forma direcionada à Prefeitura Municipal de Curionópolis, não evidenciando o relacionamento operacional a ser praticado com o BANPARÁ, conforme exigido pelo Edital. No tocante às informações de marketing (item e), o texto apresentado refere-se, de forma alternada, a dois outros municípios — Curionópolis e Parauapebas —, sem qualquer menção ao contratante desta licitação. Considerando a extensão dos itens comprometidos, atribui-se nota na porção inferior da faixa correspondente. Atendeu de forma insuficiente o quesito 2, com insuficiência de 3 (três) itens.
Julgador 3	2,2	A Capacidade de Atendimento evidencia carteira de clientes com períodos de atendimento devidamente especificados, bem como descrição da infraestrutura tecnológica e dos recursos materiais colocados à disposição do contrato. Todavia, três dos cinco itens exigidos pelo Quesito 2 apresentam comprometimento relevante. Quanto ao item (b), verifica-se inconsistência entre o organograma da equipe (que



Assinatura

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
		indica Alexandre Ramos e Elayne Brito no Setor de Mídia) e os currículos individualizados apresentados (Alexandre Oliveira Ramos e Joelma Silva), além de anotação de rascunho remanescente no Quadro Resumido de Profissionais, incompatível com a versão final de um documento licitatório. Quanto ao item (d), a sistemática de atendimento descrita nas páginas 19 a 21 refere-se quase integralmente à Prefeitura Municipal de Curionópolis, sem qualquer adequação ao relacionamento operacional a ser estabelecido com o BANPARÁ. Quanto ao item (e), as informações de marketing e pesquisa de audiência colocadas à disposição alternam-se entre a Prefeitura Municipal de Curionópolis e a Prefeitura Municipal de Parauapebas, nenhuma correspondente ao objeto desta licitação. Atendeu de forma insuficiente o quesito 2, com insuficiência de 3 (três) itens.
MÉDIA: 2,23 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

QUESITO 3 – REPERTÓRIO | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	6,8	A licitante apresentou as 10 (dez) peças exigidas pelo subitem 9.8.1 do Edital, com fichas técnicas contendo cliente, título, datas de produção e veiculação e veículo de divulgação, e com os vídeos (Peças 3, 9 e 10) devidamente disponibilizados em pen-drive, conforme exigido pelo subitem 9.8.1.2. Observa-se, na Peça 6 (Card Institucional "Câmara na Rua"), incompatibilidade entre a Data de Produção informada na ficha técnica (13 de abril de 2026) e a data do evento efetivamente estampada na própria peça (13 de maio), esta última coincidente com o Período de Veiculação declarado (maio de 2026), o que compromete a integridade da comprovação dessa peça específica, nos termos da alínea 'c' do Quesito 3. Registra-se ainda, na Peça 2 (Painel Institucional – Asfalto), que o título atribuído à peça não guarda correspondência com o conteúdo efetivamente apresentado — painel comemorativo dos 42 anos do município de Rondon do Pará, sob o conceito "Trabalho que transforma" —, sem relação aparente com pavimentação asfáltica; tal imprecisão na identificação da peça foi considerada, mas não foi computada como item de insuficiência autônomo, por não comprometer a comprovação de cliente, conteúdo ou datas da peça. Atendeu de forma satisfatória o quesito 3, com insuficiência de 1 (um) item.
Julgador 2	6,3	As dez peças do Repertório atendem, em sua maioria, aos critérios de originalidade, adequação ao cliente e qualidade de execução, com diversidade de formatos (outdoor, painel, vídeo, folder, cartaz, card digital e reel) e de segmentos de clientes atendidos. Entretanto, na Peça 6 (Card "Câmara na Rua"), a Data de Produção declarada (13/04/2026) diverge da data do evento visível na própria arte da peça (13 de maio), o que gera dúvida quanto à exatidão da documentação apresentada para essa comprovação, nos termos da alínea 'c'. Observa-se também, na Peça 2, dissonância entre o título atribuído ("Painel Institucional – Asfalto") e o conteúdo real da peça, voltado à comemoração dos 42 anos de Rondon do Pará; a imprecisão na identificação foi registrada, mas, isoladamente, não altera o enquadramento do quesito. Diante da inconsistência da Peça 6, atribui-se nota na porção inferior da faixa correspondente. Atendeu de forma satisfatória o quesito 3, com insuficiência de 1 (um) item.
Julgador 3	6,6	Verifica-se a apresentação de 10 (dez) peças, conforme exigido pelo subitem 9.8.1 do Edital, contemplando clientes de diferentes portes e segmentos (setor público municipal, agronegócio, indústria, comércio e Poder Legislativo), com fichas técnicas completas e peças anexas em pen-drive quando aplicável. Todavia, a Peça 6 apresenta divergência entre a data de produção informada (abril de 2026) e a data do evento anunciado na própria peça (maio de 2026), o que fragiliza a comprovação documental dessa peça específica, nos termos da alínea 'c' do Quesito 3. Adicionalmente, verifica-se na Peça 2 imprecisão no título atribuído ("Painel Institucional – Asfalto"), sem relação identificável com o conteúdo institucional efetivamente veiculado (aniversário de 42 anos de Rondon do Pará); o achado é

Adriane Pinto

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
		registrado como observação, sem impacto autônomo na pontuação. As demais peças mantêm consistência entre ficha técnica e conteúdo apresentado. Atendeu de forma satisfatória o quesito 3, com insuficiência de 1 (um) item.
MÉDIA: 6,57 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

QUESITO 4 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO | Pontuação Máxima: 10 pontos

JULGADOR	NOTA	JUSTIFICATIVA
Julgador 1	6,8	A licitante apresentou os 2 (dois) Relatos exigidos pelo Edital — "Serra Pelada te espera de braços abertos" (Prefeitura Municipal de Curionópolis) e "Inclusão e Compromisso com o Autismo" (Prefeitura Municipal de Parauapebas) —, ambos com estrutura lógica clara entre problema de comunicação, solução desenvolvida e resultados obtidos, e referendo do cliente devidamente formalizado. Contudo, em ambos os Relatos, a seção de Resultados Obtidos limita-se a afirmações genéricas de fortalecimento institucional e ampliação de alcance, sem apresentação de dados quantitativos ou indicadores mensuráveis que comprovem objetivamente a contribuição da solução para o alcance dos objetivos de comunicação dos respectivos clientes, conforme exigido pela alínea 'b' do Quesito 4. Atendeu de forma satisfatória o quesito 4, com insuficiência de 1 (um) item.
Julgador 2	6,3	Os dois Relatos apresentados demonstram planejamento estratégico minimamente evidenciado e exposição logicamente encadeada, sem inconsistências entre título, cliente e conteúdo. Entretanto, tanto no Relato de Curionópolis quanto no de Parauapebas, os resultados descritos são de natureza exclusivamente qualitativa — "fortalecimento institucional", "ampliação do alcance", "reconhecimento público" —, sem qualquer métrica, percentual ou dado de audiência que permita verificar objetivamente a efetividade da solução publicitária, o que compromete a demonstração exigida pela alínea 'b' do Quesito 4. Considerando a recorrência dessa lacuna nos dois Relatos, atribui-se nota na porção inferior da faixa correspondente. Atendeu de forma satisfatória o quesito 4, com insuficiência de 1 (um) item.
Julgador 3	6,5	Verifica-se a apresentação de 2 (dois) Relatos, conforme exigido pelo subitem 9.10 do Edital, com peças anexas dentro do limite regulamentar e referendo dos respectivos clientes devidamente formalizado. Os desafios de comunicação relatados possuem relevância e complexidade adequadas ao contexto de cada cliente. Todavia, em ambos os casos, a demonstração dos resultados obtidos carece de indicadores objetivos ou dados mensuráveis, restringindo-se a descrições genéricas de fortalecimento institucional, o que fragiliza a comprovação da contribuição da solução para os objetivos de comunicação do cliente, nos termos da alínea 'b' do Quesito 4. Atendeu de forma satisfatória o quesito 4, com insuficiência de 1 (um) item.
MÉDIA: 6,53 pontos		<i>Média aritmética das notas, conforme art. 10 da Lei nº 12.232/2010 e item 10.3.2 do Edital.</i>

QUADRO RESUMO – INVÓLUCRO Nº 3

QUESITO	PONT. MÁX.	MÉDIA
2 – Capacidade de Atendimento	10	2,23
3 – Repertório	10	6,57
4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	6,53
TOTAL INVÓLUCRO Nº 3	30	15,33

BELÉM-PA, 17 DE AGOSTO DE 2026.

JULGADOR 1 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 2 Membro da Subcomissão Técnica	JULGADOR 3 Membro da Subcomissão Técnica
--	--	--

Adriana Porto



