

GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO
SUBCOMISSÃO TÉCNICA – CONCORRÊNCIA 002/2019 - SECOM

Fica estabelecida, a ordem de classificação das propostas a partir da média final de cada uma delas, após análise dos quesitos e subquesitos previstos em edital, referente ao Plano de Comunicação Digital apresentados na Concorrência nº 02/2019-SECOM/DF.

Segue em anexo documento com detalhamento das notas de cada licitante.

Tema	Média Final	Colocação
Melhor agora.	59,66	1
Agente DF	57	2
#Tamojunto	55,16	3
É tempo de ação em parceria com você	53,16	4
Seu pedido vai, a solução vem.	52,66	5
Juntos e conectados para cuidar da nossa cidade.	49,66	6
GDF em tempo real	49,5	7
SOS DF: Ação é o que faz a gente acelerar	47,33	8
O GDF foi lá e fez	46	9
Agora, você vai participar,	43	10

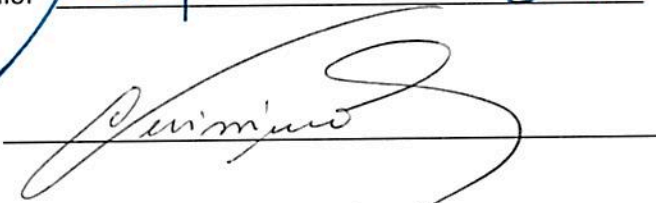


acompanhar e fiscalizar.		
#Tamojunto - game	41	11
#Eufaçoarte	40,8	12
Meu DF	40,33	13
É tempo de agir, juntos.	36	14
SOS DF e você. Multiplicando resultados.	35,66	15
Sua reclamação vira solução	27,16	16
SOS DF - Um jogo de cidadania.	0	17

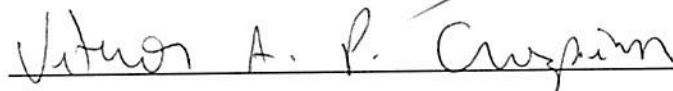
Antônio Mário Tenreiro Júnior








Otávio Veríssimo Sobrinho


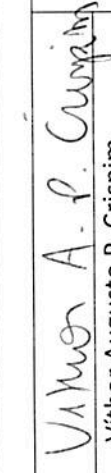





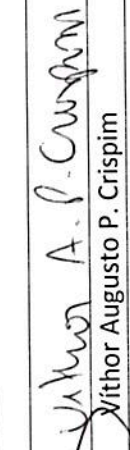
Víthor Augusto P. Crispim


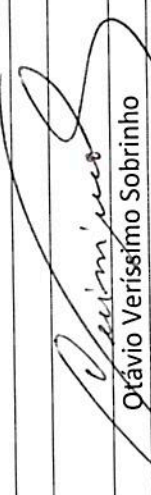
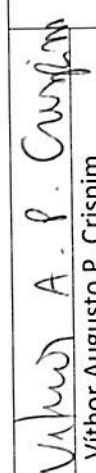




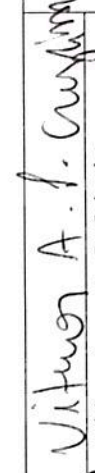
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
TEMA:	Agente DF	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
Quesito	Subquesito			1	2	3		
	Subquesito 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	5	5	5	5	
	Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	14	14,5	14,5	14,3	
	Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	19	18	19	18,6	
	Subquesito 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	19	19	19	19	
				57	56,5	57,5	57	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Víthor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS								COLOCAÇÃO
	Antônio Mário Tenreiro Júnior	Otávio Veríssimo Sobrinho					Víthor Augusto P. Crispim	2


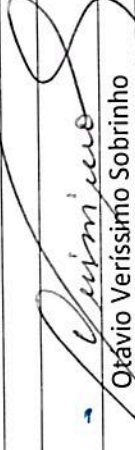
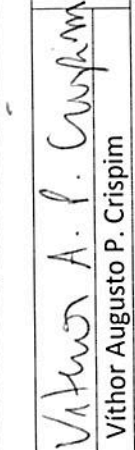
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)			PONTUAÇÃO AVALIADORES					
TEMA:	SOS DF: Ação é o faz a gente acelerar.							
Quesito	Subquesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
	Subquesito 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	3	3	3	3	
	Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e tagging a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	10	12	12	11,3	
	Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	10	18	16	14,6	
	Subquesito 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	16	18	17	17,3	
				46	48	48	47,33	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Víthor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior			 Otávio Veríssimo Sobrinho			 Víthor Augusto P. Crispim	COLOCAÇÃO 8


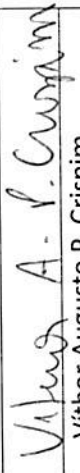
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES			
TEMA:	GDF em tempo real	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final
Quesito	Subquesito			1	2	3	
	Subquesito 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	5	4	4	4,3
	Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	11	13	13	12,3
	Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	16	17	15,5	16,1
	Subquesito 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	17	17	16	16,6
				49	51	48,5	49,5
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior						
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho						
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim						
ASSINATURAS	  						
	Vithor Augusto P. Crispim						COLOCAÇÃO
	Antônio Mário Tenreiro Júnior						7


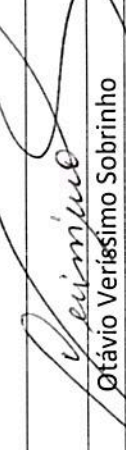
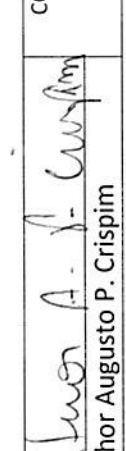
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
TEMA: É tempo de ação em parceria com você!				Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
Quesito	Subquesto	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	1	2	3		
	Subquesto 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	5	5	5	5	
	Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	14	14	14,5	14,1	
	Subquesto 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	16	18	18	17,3	
	Subquesto 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	16	17	17	16,6	
				51	54	54,5	53,16	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior			 Otávio Veríssimo Sobrinho			 Vithor Augusto P. Crispim	
						COLOCAÇÃO		
						4		

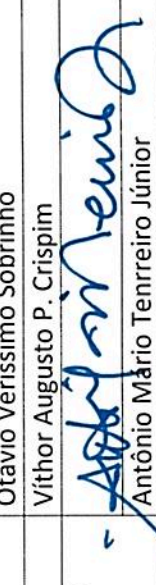
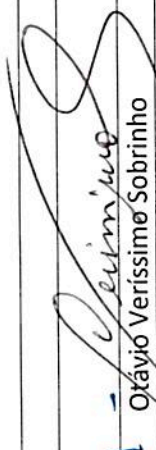
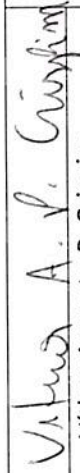
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES					
TEMA:	Subquesto	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final		
Meior agora.									
Subquesto 1 – Raciocínio Básico	5		a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	5	5	5	5		
Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15		a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	15	15	15	15		
Subquesto 3 – Solução de Comunicação Digital	20		a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	20	20	19,5	19,8		
Subquesto 4 – Plano de Implementação	20		a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	20	19,5	20	19,8		
				60	59,5	59,5	59,66		
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior								
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho								
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim								
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior			 Otávio Veríssimo Sobrinho				 Vithor Augusto P. Crispim	COLOCAÇÃO 1


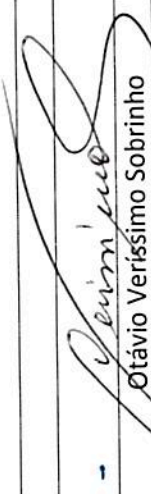
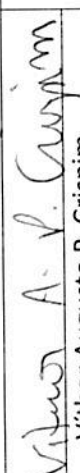
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES					
TEMA:	Quesito	Subquesto	Tempo de agir, juntos.	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final
	Subquesto 1 – Raciocínio Básico			5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	5	5	5	5
	Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Digital			15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e tagging a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	10	10	10	10
	Subquesto 3 – Solução de Comunicação Digital			20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	10	10	10	10
	Subquesto 4 – Plano de Implementação			20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	12	10	11	11
						37	35	36	36
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior								
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho								
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim								
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior		 Otávio Veríssimo Sobrinho		 Vithor Augusto P. Crispim		COLOCAÇÃO 14		





AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
TEMA:	SOS DF e você. Multiplicando resultados.			Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
Quesito	Subquesto	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	1	2	3		
	Subquesto 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	5	5	5	5	
	Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	10	10	10	10	
	Subquesto 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	12	10	10	10,6	
	Subquesto 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	10	10	10	10	
				37	35	35	35,66	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Víthor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS				Vítvor A. P. Crispim				COLOCAÇÃO 15
	Antônio Mário Tenreiro Júnior	Otávio Veríssimo Sobrinho	Víthor Augusto P. Crispim	Vítvor Augusto P. Crispim				




AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
TEMA:	#Eufacoparte	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
Quesito	Subquesito			1	2	3		
	Subquesito 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	4	5	5	4,6	
	Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	14	13	13,5	13,5	
	Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	10	12	12	11,3	
	Subquesito 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	10	12	12	11,3	
				38	42	42,5	40,8	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS		Otávio Veríssimo Sobrinho						COLOCAÇÃO 12
	Antônio Mário Tenreiro Júnior	Vithor Augusto P. Crispim						


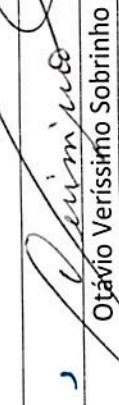

AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
TEMA:	Agora, você vai participar, acompanhar e fiscalizar.			Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
Quesito	Subquesto	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	5	5	5	5	
	Subquesto 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	10	9	10	9,6	
	Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	16	14	15	15	
	Subquesto 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	12	14	14	13,3	
	Subquesto 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	43	42	44	43	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Víthor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS								COLOCAÇÃO 10
	Antônio Mário Tenreiro Júnior	Otávio Veríssimo Sobrinho					Víthor Augusto P. Crispim	


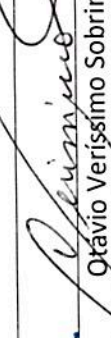
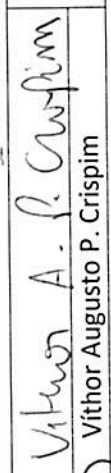
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES			
TEMA: Quesito	Seu pedido vai, a solução vem. Subquesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador	Avaliador	Avaliador	Média final
				1	2	3	
	Subquesito 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	5	5	5	5
	Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	13	13	12,5	12,8
	Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.	16	16	16	16
	Subquesito 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	20	18	18,5	18,8
				54	52	52	52,66
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior						
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho						
AVALIADOR 3	Víthor Augusto P. Crispim						
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior			 Otávio Veríssimo Sobrinho			
	 Víthor Augusto P. Crispim			COLOCAÇÃO 5			


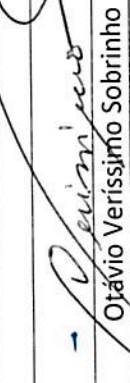
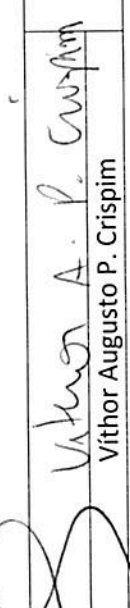
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES			
TEMA:	#Tamojunto	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final
Quesito	Subquesito			1	2	3	
	Subquesito 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	5	5	5	5
	Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	14	15	14,5	14,5
	Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	18	16	17	17
	Subquesito 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	18	19	19	18,6
				55	55	55,5	55,16
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior						
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho						
AVALIADOR 3	Víthor Augusto P. Crispim						
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior			 Otávio Veríssimo Sobrinho			
				 Víthor Augusto P. Crispim			
							COLOCAÇÃO 3


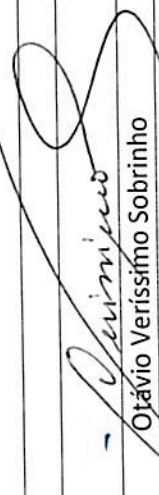
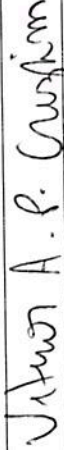
AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES			
TEMA:	#Tamojunto - game	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final
Quesito	Subquesito						
	Subquesito 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	3	5	5	4,3
	Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	14	13	13	13,3
	Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	10	12	13	11,6
	Subquesito 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	10	12	13	11,6
				37	42	44	41
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior						
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho						
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim						
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior			 Otávio Veríssimo Sobrinho			
	 Vithor Augusto P. Crispim			 Vithor Augusto P. Crispim			
							COLOCAÇÃO 11

AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
TEMA:								
Quesito	Subquesto	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
	Subquesto 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	4	5	5	4,6	
	Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	13	13	13	13	
	Subquesto 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	15	16	15,5	15,5	
	Subquesto 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	18	16	15,5	16,5	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS	 Antônio Mário Tenreiro Júnior			 Otávio Veríssimo Sobrinho			 Vithor Augusto P. Crispim	COLOCAÇÃO 6
				50	50	49	49,66	

AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
TEMA:	Sua reclamação vira solução			Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
Quesito	Subquesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	1	2	3		
	Subquesito 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	1,5	1,5	1,5	1,5	
	Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	10	9	9	9,3	
	Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	8	8	7	7,6	
	Subquesito 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	10	8	8	8,6	
				29,5	26,5	25,5	27,16	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS				Vithor Augusto P. Crispim				COLOCAÇÃO 16
	Antônio Mário Tenreiro Júnior	Otávio Veríssimo Sobrinho						

AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)				PONTUAÇÃO AVALIADORES				
TEMA:	Meu DF	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
Quesito	Subquesito			1	2	3		
	Subquesito 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	3	3	3	3	
	Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	13	13	13	13	
	Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	12	14	14	13,3	
	Subquesito 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	10	12	11	11	
				38	42	41	40,33	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS								COLOCAÇÃO 13
	Antônio Mário Tenreiro Júnior	Otávio Veríssimo Sobrinho	Vithor Augusto P. Crispim					

AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)			PONTUAÇÃO AVALIADORES					
TEMA:	O GDF foi lá e fez							
Quesito	Subquesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Média final	
	Subquesito 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	5	5	5	5	
	Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	14	14	14	14	
	Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	17	18	18	17,6	
	Subquesito 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	10	10	8	9,3	
				46	47	45	46	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS								COLOCAÇÃO 9
	Antônio Mário Tenreiro Júnior	Otávio Veríssimo Sobrinho	Vithor Augusto P. Crispim					

AVALIAÇÃO TÉCNICA – PONTUAÇÃO GERAL (PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL)			PONTUAÇÃO AVALIADORES					
TEMA:	SOS DF - Um jogo de cidadania.							
Quesito	Subquesito	Pontuação Máxima	Critério Objetivo	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3	Nota final	
	Subquesito 1 – Raciocínio Básico	5	a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere; b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	0	0	0	0	
	Subquesito 2 – Estratégia de Comunicação Digital	15	a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital. b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e taggingamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.	0	0	0	0	
	Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital	20	a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.	0	0	0	0	
	Subquesito 4 – Plano de Implementação	20	a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos; b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.	0	0	0	0	
GERAL				0	0	0	0	
AVALIADOR 1	Antônio Mário Tenreiro Júnior							
AVALIADOR 2	Otávio Veríssimo Sobrinho							
AVALIADOR 3	Vithor Augusto P. Crispim							
ASSINATURAS								COLOCAÇÃO 17
	Antônio Mário Tenreiro Júnior	Otávio Veríssimo Sobrinho					Vithor Augusto P. Crispim	

Antônio Mário Tenreiro Júnior



Otávio Veríssimo Sobrinho



Víthor Augusto P. Crispim



GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO
SUBCOMISSÃO TÉCNICA – CONCORRÊNCIA 002/2019 - SECOM

Esta Subcomissão Técnica iniciada em 28 de novembro de 2019, formada pelos representantes Antônio Mário Tenreiro Júnior, Otávio Veríssimo Sobrinho e Víthor Augusto Pedrosa Crispim, designados pela Portaria/SECOM-DF nº 29 de 05 de junho de 2019, analisou os quesitos e subquesitos apresentados pelos licitantes, conforme descrito em edital, referentes ao Plano de Comunicação Digital apresentados na Concorrência nº 02/2019-SECOM/DF.

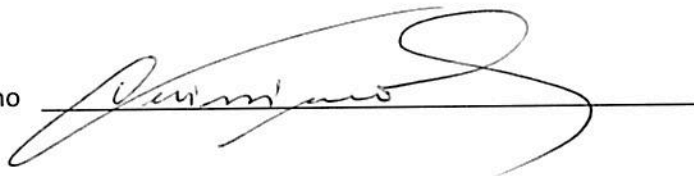
Destacamos que a Pasta do tema “SOS DF – Um jogo de cidadania” foi apresentada com identificação e, portanto, não foi analisada, por não cumprir os requisitos presentes no item 2.5 do apêndice II do anexo I do edital.

A Subcomissão Técnica encerrou-se em 13 de dezembro de 2019.

Antônio Mário Tenreiro Júnior



Otávio Veríssimo Sobrinho



Víthor Augusto P. Crispim

