

ATA DA REUNIÃO DA CONCORRÊNCIA N.º: 01/2023-SECOM/DF

PROCESSO SEI N.º: 04000-0000332/2023-77

INVÓLUCRO N.º 2

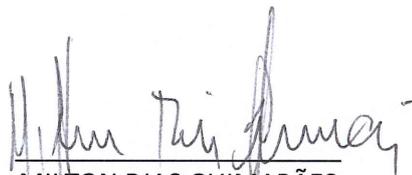
A Subcomissão Técnica da Concorrência Nº 01/2023, instituída pela Comissão de Especial de Licitação do Distrito Federal da Concorrência para a contratação de Serviços de Comunicação Corporativa, para analisar a proposta técnica relativa ao referido certame, reuniu-se no dia 18 de dezembro de 2023, às 10h30, para avaliar o invólucro de número 2 do trabalho apresentado por apenas uma única agência de comunicação corporativa. Na reunião, participaram os integrantes titulares da Subcomissão, escolhidos por sorteio, conforme subscritos nesta ata. Cada membro da subcomissão, nominados como jurados 1, 2 e 3, procedeu com a sua respectiva análise do quesito 1, que compreenderam os subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia e Comunicação Corporativa, Solução de Comunicação Corporativa e Plano de Implementação. O número de identificação está anotado nas planilhas, mas os nomes foram mantidos em sigilo para preservar o direito de privacidade. A reunião ocorreu na sala 1405 do 14º andar do anexo no Palácio do Buriti, em Brasília-DF. A sala dispunha de todos os equipamentos necessários para o devido trabalho, como mesa, cadeiras, bebedouro de água, computador e impressora. Nessa reunião, a Subcomissão Técnica avaliou e julgou a única proposta apresentada, estando, ela, acondicionada no invólucro padronizado não identificado (pasta de plástico na cor preta e não transparente), entregue pelo presidente da Comissão da Concorrência de Serviços de Comunicação Corporativa, Sr. Fábio Paixão de Azevedo. Antes da abertura dos invólucros, foi definido o procedimento a ser seguido pela subcomissão, considerando o edital de licitação, iniciado pela leitura do edital e briefing, assim como os critérios de avaliação. Após o correto entendimento do edital, deu-se o início da análise e ao julgamento propriamente dito da proposta. Concluída a avaliação, não sendo identificado problema que pudesse levar a desclassificação, assim como nenhuma falha que comprometesse a participação do concorrente, os membros da Subcomissão Técnica procederam com suas respectivas pontuações de forma reservada.

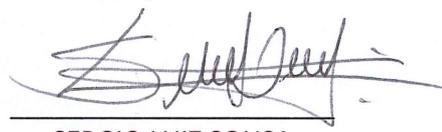
Após fechadas as notas dos membros da Subcomissão Técnica, procedeu-se com a compilação das mesmas, a saber:

INVÓLUCRO II - VIA NÃO IDENTIFICADA				
TEMA	JULG 1	JULG 2	JULG 3	MÉDIA
CUIDA BEM DE MIM	70	61,25	55,5	62,25

Ato contínuo, a Subcomissão Técnica procedeu com a recolocação das peças no invólucro e devolveu ao presidente da comissão de licitação com a presente ata para a continuidade do processo licitatório. Ao mesmo tempo, esta Subcomissão Técnica aguarda para receber o invólucro n.º 4 da licitante para proceder com a análise.

Brasília, 18 de dezembro de 2023

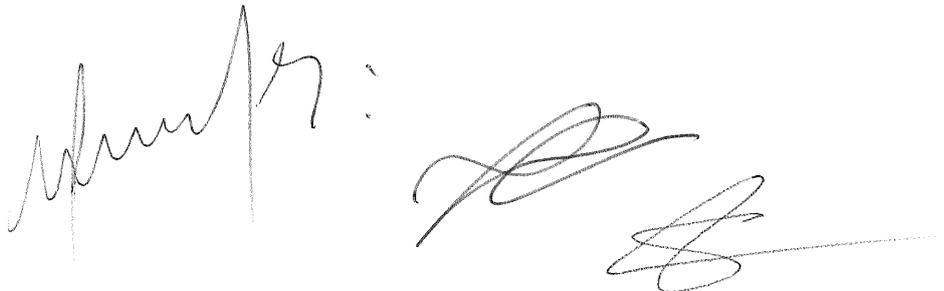

MILTON DIAS GUIMARÃES


SERGIO LUIZ SOUSA

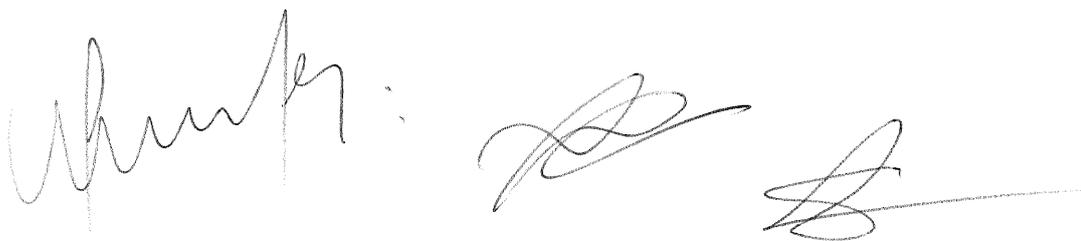

RENATO CORREIA DE ALBUQUERQUE



INVÓLUCRO II - VIA NÃO IDENTIFICADA			
MEMBRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA	JURADO 1		
TEMA OU ORDEM DA PROPOSTA	PLANO DF SOCIAL - CUIDA BEM DE MIM		
QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 70 PONTOS		NOTA DO SUBQUESITO	NOTA DO AVALIADOR
Subquesto 1 - Raciocínio Básico - 10 PONTOS	1) - a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do contratante e do contexto de sua atuação;	2,5	2,5
	2) - a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação corporativa identificadas;	2,5	2,5
	3) - a adequação demonstrada na análise da relação do CONTRATANTE com seus diferentes públicos;	2,5	2,5
	4) - a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado e dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.	2,5	2,5
Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Corporativa - 20 PONTOS	1) - a adequação das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes do contratante às suas atividades, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;	5	5
	2) - o alcance e as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação corporativa do contratante no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse	5	5
	3) - a consistência técnica da apresentação e defesa dos pontos centrais da estratégia de comunicação corporativa pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre o contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing;	5	5
	4) - a pertinência das relações de causa e efeito entre a estratégia de comunicação corporativa proposta e os efeitos e resultados esperados;	2,5	2,5
	5) - a exequibilidade da estratégia de comunicação corporativa, considerada a verba referencial estabelecida no briefing.	2,5	2,5
Subquesto 3 - Solução de Comunicação Corporativa - 25 PONTOS	1) - o alinhamento das ações e/ou materiais de comunicação corporativa com a estratégia proposta;	5	5
	2) - a pertinência das ações e/ou materiais propostos com a natureza do contratante e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing;	5	5
	3) - a adequação das ações e/ou materiais propostos ao perfil dos respectivos públicos e sua compatibilidade com os recursos próprios de comunicação do contratante;	5	5
	4) - a multiplicidade de interpretações favoráveis que as ações e/ou materiais comportam;	5	5
	5) - a funcionalidade das ações e/ou materiais propostos;	2,5	2,5
	6) - a exequibilidade das ações e/ou materiais propostos, com base no investimento disponível.	2,5	2,5
Subquesto 4 - Plano de Implementação - 15 PONTOS	1) - a adequação do cronograma de produção, implementação, manutenção e conclusão das ações e/ou materiais de comunicação corporativa, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no briefing;	7,5	7,5
	2) - o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no briefing, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta.	7,5	7,5
PONTUAÇÃO TOTAL			70
Justificativa			
Raciocínio Básico			
O raciocínio básico apresentado trouxe duas robustas pesquisas para balisar o raciocínio e muita clareza no entendimento da problemática. A pesquisa foi considerada eficaz considerando o nível de confiança e margem de erro. Raciocínio muito assertivo.			
Estratégia de Comunicação Corporativa			
A estratégia de comunicação trouxe um ótimo mote (nome) para a campanha - de fácil entendimento - e, ainda, esclarecimentos detalhados sobre tal efetividade, assim como utilizando de todos os canais existentes. O proponente trouxe a estratégia completa, inclusive com ações inovadoras.			
Solução de Comunicação Corporativa			
A solução apresenta uma completa proposta de ações visando o atingimento do objetivo e problema do desafio do briefing. Trouxe uma inovação ao release muito interessante - saindo da tradicionalidade.			
Plano de Implementação			
Trouxe um cronograma bastante exequível com uma defesa bem aceitável - dentro do prazo definido e do valor disponível.			



INVÓLUCRO II - VIA NÃO IDENTIFICADA			
MEMBRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA	JURADO 2		
TEMA OU ORDEM DA PROPOSTA	PLANO DF SOCIAL - CUIDA BEM DE MIM		
QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 70 PONTOS		NOTA DO SUBQUESITO	NOTA DO AVALIADOR
Subquesto 1 - Raciocínio Básico - 10 PONTOS	1) - a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do contratante e do contexto de sua atuação;	2,5	2,5
	2) - a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação corporativa identificadas;	2,5	2,5
	3) - a adequação demonstrada na análise da relação do CONTRATANTE com seus diferentes públicos;	2,5	2,5
	4) - a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado e dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.	2,5	2,5
Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Corporativa - 20 PONTOS	1) - a adequação das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes do contratante às suas atividades, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;	5	5
	2) - o alcance e as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação corporativa do contratante no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse	5	5
	3) - a consistência técnica da apresentação e defesa dos pontos centrais da estratégia de comunicação corporativa pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre o contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing;	5	5
	4) - a pertinência das relações de causa e efeito entre a estratégia de comunicação corporativa proposta e os efeitos e resultados esperados;	2,5	2,5
	5) - a exequibilidade da estratégia de comunicação corporativa, considerada a verba referencial estabelecida no briefing.	2,5	2,5
Subquesto 3 - Solução de Comunicação Corporativa - 25 PONTOS	1) - o alinhamento das ações e/ou materiais de comunicação corporativa com a estratégia proposta;	5	3,5
	2) - a pertinência das ações e/ou materiais propostos com a natureza do contratante e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing;	5	3,5
	3) - a adequação das ações e/ou materiais propostos ao perfil dos respectivos públicos e sua compatibilidade com os recursos próprios de comunicação do contratante;	5	3,5
	4) - a multiplicidade de interpretações favoráveis que as ações e/ou materiais comportam;	5	3,5
	5) - a funcionalidade das ações e/ou materiais propostos;	2,5	2,5
	6) - a exequibilidade das ações e/ou materiais propostos, com base no investimento disponível.	2,5	2,5
Subquesto 4 - Plano de Implementação - 15 PONTOS	1) - a adequação do cronograma de produção, implementação, manutenção e conclusão das ações e/ou materiais de comunicação corporativa, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no briefing;	7,5	4,75
	2) - o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no briefing, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta.	7,5	7,5
PONTUAÇÃO TOTAL			61,25
Justificativa			
Raciocínio Básico			
O proponente conseguiu a assertividade nos pontos falhos da atual comunicação.			
Estratégia de Comunicação Corporativa			
Apesar de não trazer inovação nos canais, considero uma estratégia completa.			
Solução de Comunicação Corporativa			
Não foi especificado o meio de comunicação (convite) para a peça ENTREVISTA COLETIVA e WORKSHOP DE STORYTELLING. Tenho dúvida na efetividade do WORKSHOP DE STORYTELLING.			
Plano de Implementação			
Considerando a dúvida na efetividade do WORKSHOP DE STORYTELLING, vejo risco na execução do cronograma.			



CONCORRÊNCIA PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA
 CONCORRÊNCIA N.º: 01/2023-SECOM/DF
 PROCESSO SEI N.º: 04000-00000332/2023-77
 SUBCOMISSÃO TÉCNICA
 AVALIAÇÃO INDIVIDUAL

INVÓLUCRO II - VIA NÃO IDENTIFICADA			
MEMBRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA	JURADO 3		
TEMA OU ORDEM DA PROPOSTA	PLANO DF SOCIAL - CUIDA BEM DE MIM		
QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 70 PONTOS		NOTA DO SUBQUESITO	NOTA DO AVALIADOR
Subquesto 1 - Raciocínio Básico - 10 PONTOS	1) - a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do contratante e do contexto de sua atuação;	2,5	1,5
	2) - a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação corporativa identificadas;	2,5	1,5
	3) - a adequação demonstrada na análise da relação do CONTRATANTE com seus diferentes públicos;	2,5	1,5
	4) - a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado e dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.	2,5	1,5
Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Corporativa - 20 PONTOS	1) - a adequação das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes do contratante às suas atividades, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;	5	3,5
	2) - o alcance e as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação corporativa do contratante no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse	5	3,5
	3) - a consistência técnica da apresentação e defesa dos pontos centrais da estratégia de comunicação corporativa pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre o contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing;	5	3,5
	4) - a pertinência das relações de causa e efeito entre a estratégia de comunicação corporativa proposta e os efeitos e resultados esperados;	2,5	2,5
	5) - a exequibilidade da estratégia de comunicação corporativa, considerada a verba referencial estabelecida no briefing.	2,5	2,5
Subquesto 3 - Solução de Comunicação Corporativa - 25 PONTOS	1) - o alinhamento das ações e/ou materiais de comunicação corporativa com a estratégia proposta;	5	3,5
	2) - a pertinência das ações e/ou materiais propostos com a natureza do contratante e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing;	5	3,5
	3) - a adequação das ações e/ou materiais propostos ao perfil dos respectivos públicos e sua compatibilidade com os recursos próprios de comunicação do contratante;	5	3,5
	4) - a multiplicidade de interpretações favoráveis que as ações e/ou materiais comportam;	5	3,5
	5) - a funcionalidade das ações e/ou materiais propostos;	2,5	2,5
	6) - a exequibilidade das ações e/ou materiais propostos, com base no investimento disponível.	2,5	2,5
Subquesto 4 - Plano de Implementação - 15 PONTOS	1) - a adequação do cronograma de produção, implementação, manutenção e conclusão das ações e/ou materiais de comunicação corporativa, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no briefing;	7,5	7,5
	2) - o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no briefing, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta.	7,5	7,5
PONTUAÇÃO TOTAL			55,5
Justificativa			
Raciocínio Básico			
Além da pesquisa não ter trazido a informação dos locais onde foram realizadas as entrevistas, não foi informada mais detalhes sobre sua metodologia.			
Estratégia de Comunicação Corporativa			
A estratégia tem mais do mesmo - sem inovação.			
Solução de Comunicação Corporativa			
Os meios apresentados para o atingimento da estratégia não estão completamente convencidos.			
Plano de Implementação			
Trouxew um cronograma exequível.			

