

Relatório

A Subcomissão Técnica, composta por Renata Nandes, Sandra Turcato e Francisco Pimenta, reuniu-se nas datas de 12 e 13 de janeiro de 2021, na sede da Codeplan, para analisar os produtos das licitantes da Concorrência Nº 1/21.

Para fins de análise técnica dos produtos apresentados pelas licitantes marcamos produtos com as cores vermelho e azul.

Plano de Comunicação

Vermelho – O Plano de comunicação, considerado unanimemente simplista, apresenta uma análise equivocada em relação às comparações das redes sociais da Codeplan com as de instituições de âmbito nacional: enquanto Codeplan é voltada para o Distrito Federal, as comparativas Dieese, IBGE e CNI são instituições voltadas para o cenário nacional. A situação é semelhante quando o plano se refere ao alcance de editores e comentaristas que cobrem nacional. O plano faz referência ao alcance dessas instituições como se a Codeplan produzisse o mesmo tipo de dados e tivesse alcance semelhante. É de conhecimento desta comissão que o alcance dos dados da Codeplan precisa ser ampliado, assim como a relação com os jornalistas deve melhorar. Entretanto, o plano não detalha as estratégias para que isso ocorra.

A subcomissão sentiu falta de comparações factíveis. Também foi identificado erro na clipagem utilizada no plano, quando cita, por exemplo, os veículos em que a PDAD foi notícia não apresentaram as veiculações de TV: Globo, SBT, Record.

Azul – O plano abordou pontualmente todos os subquesitos propostos. A comissão considerou que deveria haver maior detalhamento apenas no subquesito “Comunicação Interna”. A licitante apresentou uma pesquisa de público bastante completa que traduz mais a realidade do que a pesquisa apresentada no plano vermelho.

Podcast

Vermelho – Com nota máxima unânime no quesito duração, a vinheta deixou a desejar, pois não prende o ouvinte. No subquesito “lógica”, a subcomissão achou que a narrativa se torna cansativa com excesso de dados numéricos e a falta de um conteúdo que prenda a atenção do ouvinte. No subquesito “criatividade”, o áudio apresenta um roteiro simples e básico. Ainda tratando do roteiro, concluiu-se que foi usada uma linguagem muito mais publicitária – como um spot publicitário para rádio – do que a que deveria ser usada em um Podcast informativo. As falas pareciam ensaiadas (pouco naturais) para o que o roteiro propunha. E a fonte da Codeplan não foi devidamente identificada com o cargo ou a especialidade.

Azul - A subcomissão entendeu que todos os critérios foram atendidos, mas o roteiro surpreendeu positivamente no subquesito “criatividade”, recebendo nota máxima. Além disso cada fonte foi identificada devidamente, foi utilizada uma sonora real coletada de material da Codeplan na internet, além de um recurso de mistério, que prende a atenção do ouvinte, e que se torna uma ferramenta para comentários técnicos sem que o programa se torne cansativo. Além disso, foi feita a chamada para o próximo programa, o que transmite ideia de continuidade e prende a atenção do ouvinte para o próximo programa.

Capacidade de atendimento

Ambas as empresas apresentaram capacidade de atendimento, técnica, física e pessoal, entretanto não foi devidamente informada a experiência em desenvolvimento de campanhas



de caráter informativo e de orientação social. No subquesto “Estrutura apresentada” a licitante de envelope azul apresentou a capacidade técnica da equipe mais detalhadamente.

Videorelease

Vermelho – Ausência de legenda, ausência de tradução em libras. Constância e repetição de fundo em fastmotion, tornando a experiência pouco confortável, bem como trilha sonora incompatível com as transições e com os conceitos apresentados. Imagens em baixa resolução.

Azul – Vídeo apresentou legenda, narração e trilha agradáveis, tradutor em libras e conteúdo (mensagem) em acordo com a natureza da Codeplan.

Relatos

Vermelho - A licitante apresentou dois cases de grandes crises, mas a expertise da empresa não se traduziu em todo o escopo do restante do material apresentado, especialmente no plano de comunicação. A empresa teve nota máxima na relevância dos resultados apresentados em “relatos”, mas nota inferior quanto à consistência das relações causa e efeito.

Azul – Os relatos detalharam as ações para sanar os problemas de cada case, embora não tenhamos considerado absolutamente associada à relevância do sucesso da ação às estratégias de comunicação.

Conclusão:

Uma das licitantes não atendeu a pontuação mínima total exigida, de 80 pontos, conforme subitem 2 do item 17.4 do projeto básico da concorrência.

Brasília, 13 de janeiro de 2022.

Renata Nogueira Fernandes.

Francisca Duarte Jorge Telenteiro.

Francisco Dutra Pimenta

TABELA DE VALORES DE QUESITOS E SUBQUESITOS - VERMELHO

QUESITO	SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	1	2	3	TOTAL
A) Plano de Comunicação						
A1) Raciocínio Básico:		15				
	•da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CODEPLAN-DF	2,5	1,5	1,5	1,5	1,5
	•das características da CODEPLAN-DF e das suas atividades que sejam significativas para	2,5	1	1	1	1
	•das funções e do papel da CODEPLAN-DF nos contextos, social, político e	2,5	1	1	1	1
	•sobre a natureza e a extensão do	2,5	1,5	1,5	2	1,6666667
	•das necessidades de comunicação da CODEPLAN-DF	5	2,5	2,5	2,5	2,5
A2) Estratégia de Comunicação Corporativa:		25				0
	- Missão	2,5	1	0,5	1	0,8333333
	- Objetivos	2,5	1,5	1,5	2	1,6666667
	- Objetivos do plano de	2,5	2	2	2	2
	- Diretrizes de	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
	- Fortalecimento e defesa da imagem	5	5	5	5	5
	- Qualificação da	2,5	1,5	1,5	1,5	1,5
	- Comunicação	2,5	0,5	0,5	0,5	0,5
	- Construção da comunicação em	2,5	1,5	1,5	1,5	1,5
	- Narrativa para ampliar alcance das notícias	2,5	1,5	1,5	1,5	1,5
B) Podcast		20				0
	Vinheta	5	1	1	1	1
	Duração	5	5	5	5	5
	Lógica	5	1,5	1,5	1	1,3333333
	Criatividade	5	0,5	0,5	0,5	0,5
C) Capacidade de atendimento		15				0



	Porte, tradição e diversificação dos clientes atuais da	2,5	2,5	2	2	2,1666667
	Conceito e abrangência dos produtos e serviços	2,5	1,5	1,5	1,5	1,5
	Habilidade técnica da equipe e sua adequação às	2,5	2	2	2	2
	Experiência em desenvolvimento de campanhas de caráter informativo	2,5	0,5	0,5	0,5	0,5
	Estrutura apresentada para estabelecer parceria técnica, operacional,	2,5	1,5	2	1,5	1,6666667
	Recursos para avaliação de resultados, informações de	2,5	1	0,5	0,5	0,6666667
D) Videorelease		15				0
	Pertinência do conteúdo ao	5	5	5	5	5
	Coerência do	5	5	5	5	5
	Execução da peça	5	2,5	2	2,5	2,3333333
E) Relatos		10				0
	Relevância dos resultados	5	5	5	5	5
	Consistência das relações de causa e efeito entre	5	2,5	2,5	2,5	2,5
TOTAL						60,833333





TABELA DE VALORES DE QUESITOS E SUBQUESITOS - AZUL

QUESITO	SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	1	2	3	TOTAL
A) Plano de Comunicação						
A1) Raciocínio Básico:		15				
	•da natureza, da extensão	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
	•das características da CO	2,5	2	2	2	2
	•das funções e do papel da	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
	•sobre a natureza e a exten	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
	•das necessidades de comu	5	5	5	5	5
A2) Estratégia de Comunicação Corporativa:		25				0
	- Missão	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
	- Objetivos estratégicos	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
	- Objetivos do plano de co	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
	- Diretrizes de Atuação	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
	- Fortalecimento e defesa	5	5	5	5	5
	- Qualificação da informac	2,5	2,5	2,5	2	2,33333
	- Comunicação interna	2,5	1,5	2	1,5	1,66667
	- Construção da comunica	2,5	2	2	2	2
	- Narrativa para ampliar a	2,5	2	2	2	2
B) Podcast		20				0
	Vinheta	5	2	2,5	2,5	2,33333
	Duração	5	5	5	5	5
	Lógica	5	2,5	2,5	2,5	2,5
	Criatividade	5	5	5	5	5

Fre

Raf

JFB

C) Capacidade de atendimento		15				0
	Porte, tradição e diversificação	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
	Conceito e abrangência do projeto	2,5	2,5	2	2,5	2,333333
	Habilidade técnica da equipe	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
	Experiência em desenvolvimento	2,5	0,5	0,5	0,5	0,5
	Estrutura apresentada para o projeto	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
	Recursos para avaliação do projeto	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
D) Videorelease		15				0
	Pertinência do conteúdo ao projeto	5	5	5	5	5
	Coerência do roteiro	5	5	5	5	5
	Execução da peça	5	5	5	5	5
E) Relatos		10				0
	Relevância dos resultados	5	2,5	2,5	2,5	2,5
	Consistência das relações	5	2,5	2,5	2,5	2,5

85,1667

Handwritten signatures and initials in blue ink.