

GOVERNO DO ESTADO DE GOIÁS  
DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO (DETRAN-GO)  
CONCORRÊNCIA N° 001/2021

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS  
POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

MEMBRO: A

Quesito 2 – Capacidade de Atendimento

Quesito 3 – Repertório

Quesito 4 – Relatos e Soluções de Problemas de Comunicação

LICITANTE: Mene e Portella

Quesito 2 – Capacidade de Atendimento – 10 (DEZ) PONTOS		
ITEM	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) O porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento de cada um b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do Detran c) A adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do Detran na execução do contrato d) A funcionalidade do relacionamento operacional entre o Detran e a licitante e) A relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria da circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do Detran		Agência comprova porte e tradição de clientes, bem como período na prestação dos serviços. Destaque para Governo do Amazonas e Prefeitura de Manaus. Demonstra ter profissionais capacitados, com formação sólida. Doutoranda e mestre figuram na equipe. Empresa relata infraestrutura, principalmente nos equipamentos de produção. Não discrimina por áreas de produção, caso de áudio, nem discrimina periféricos a serem utilizados em caso de produção e gravações, por exemplo. Demonstra ter interesse em atender o Detran, com o direcionamento de equipe “prioritária”. Não especifica endereço de atendimento em Goiânia. Informações referentes às pesquisas são insuficientes,

		principalmente no tocante aos estudos qualitativos, quantitativos, grupos focais, necessários para sondagem de recepção e audiência.
TOTAL DO ITEM	9,5	Observação:

Quesito 3 – Repertório – 10 (DEZ) PONTOS		
ITEM	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) A originalidade da solução criativa e a adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação b) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e público-alvo c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças		<p>Agência apresenta baixa originalidade em suas composições, mas relativa criatividade e qualidade na execução. Observa-se adequação ao que deseja o cliente na maioria das produções. Clareza e precisão são relativas, já que algumas peças pecam na legibilidade. É o caso da peça “Aniversário de Macapá 262 anos”. Parte da mancha gráfica com a qualificação de Mateus Pastana escrita com todas letras em caixa alta desacelera a velocidade de leitura, tornando o anúncio, que tinha um bom ritmo de visualização, enfadonho e de difícil legibilidade. Uso desnecessário de ponto (ou quando é facultativo) nas peças é outra forma de poluir a mancha, na ótica do julgador. Peça “Dia Municipal do Ciclista” traz imprecisão gravíssima de informação. O número de lei 072/ 2017 é juridicamente impossível. O Diário Oficial informa que a norma tem o seguinte número: Lei Nº 2236/ 21 de julho de 2017.</p>

		<p>Portanto, a agência, sem corpo técnico especializado e consultoria, confunde Projeto de Lei com Lei – no universo jurídico e de exercício da cidadania, um erro gravíssimo. Sem atenção às nomenclaturas jurídicas, o anúncio cita o número de um projeto, portanto, sem qualquer força cogente de imposição de legalidade, abstração e impessoalidade. Rápida pesquisa na internet demonstra que o projeto de lei foi criado pelo vereador João Luiz Almeida da Silva (PRB). Projetos, sim, são criados. Leis são discutidas, aprovadas, sancionadas. Logo, a Prefeitura de Manaus, como os vereadores, pode criar projeto de lei – o que não é o caso –, mas não “cria” lei. Anúncio eivado de equívocos que confunde e desinforma.</p>
<b>TOTAL DO ITEM</b>	<b>8,5</b>	
<b>Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – 10 (DEZ) PONTOS</b>		
<b>ITEM</b>	<b>NOTA</b>	<b>JUSTIFICATIVA</b>
<p>a) A evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária</p> <p>b) A demonstração de que a solução publicitária contribui para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente</p> <p>c) A complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos</p> <p>d) O encadeamento lógico da exposição do relato pela licitante</p>		<p>Agência atesta evidência de planejamento estratégico e comprova de forma protocolar satisfação dos clientes, conforme assinam agentes públicos de Manaus e Governo do Amazonas. Ao especificar resultados da campanha de queimadas no Amazonas, a agência diz que “a campanha teve grande aceitação e houve recuo por parte da população nas ações de queimadas urbanas irregulares”. Mas não se comprova a contento que um fato tenha a ver com outro nem números ou dados qualitativos que possam corroborar esta tese. Frase sem metodologia e comprovação.</p> <p>.</p>

TOTAL DO ITEM	9,5	Observação:

<b>TOTAL</b>		<b>Observação</b>
<b>Quesito 2– Capacidade de Atendimento</b>	<b>27,5</b>	
<b>Quesito 3 – Repertório</b>		
<b>Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>		