

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: Trilha

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 apresenta clientela variada, mas de pequeno porte. Relata ter em seu núcleo de trabalho profissionais com experiência. Não tem em seu grupo de trabalho técnicos com pós-graduação strictu sensu. Agência tem sede própria em Aparecida de Goiânia. Não especifica a contento seus equipamentos – memória RAM, periféricos de áudio, formas de captação de imagens, etc. Garante que fornecerá ao Detran pesquisas de audiência (principalmente rádio) e estudos detalhados do consumo da publicidade, mas não detalha modelos de estudo de recepção.

<b>TOTAL DO ITEM</b>	<b>8,5</b>	Observação:

<b>Quesito 3 – Repertório – 10 (DEZ) PONTOS</b>		
<b>ITEM</b>	<b>NOTA</b>	<b>JUSTIFICATIVA</b>
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		A agência apresenta baixa originalidade em seu repertório, mas documenta soluções criativas, como o outdoor para os Alcoólicos Anônimos e a peça para a Constron. Peças analisadas demonstram clareza e adequação da linguagem. Criação para combater o bullying apresenta solução desafiadora e adequada. “Histórias de Goiás 3” em formato Vob não abriu no sistema Windows.
<b>TOTAL DO ITEM</b>	<b>9,0</b>	
<b>Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – 10 (DEZ) PONTOS</b>		
<b>ITEM</b>	<b>NOTA</b>	<b>JUSTIFICATIVA</b>
a) A evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária b) A demonstração de que a solução publicitária contribui para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente c) A complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos d) O encadeamento lógico da exposição do relato pela licitante		Agência traz ao documento encadeamento lógico e ordenado. Comprova planejamento estratégico e demonstra satisfação burocrática dos clientes – Associação de Proteção aos Animais Miau Auau e Prefeitura de Anápolis. Atesta-se a complexidade dos desafios referentes ao ‘case’ da castração, o que satisfaz o julgador. Mas a experiência com o aniversário de Anápolis é de média complexidade, além de não convencer com os resultados

		colacionados, já que as formas de mensuração não foram persuasivas e as personalidades presentes no tradicional evento já demandam comunicação espontânea.
TOTAL DO ITEM	9,5	Observação:

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