

GOVERNO DO ESTADO DE GOIÁS
DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO
GERÊNCIA DE COMPRAS GOVERNAMENTAIS
CONCORRÊNCIA Nº 001/2021 – DETRAN-GO

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

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

MEMBRO: B

Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária

PARTIDO TEMÁTICO: Em Goiás a vida vale mais. A gente dá seta e respeita faixa.

Subquesto 1 – Raciocínio Básico – 10 (DEZ) PONTOS		
ITEM	NOTA	JUSTIFICATIVA
<i>a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação;</i>	10	<i>Cumpriu com os quesitos do referido item.</i>
<i>b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;</i>		
<i>c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.</i>		
TOTAL DO ITEM	<u>10</u>	<i>Observação:</i>

Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Publicitária – 25 (VINTE E CINCO) PONTOS		
ITEM	NOTA	JUSTIFICATIVA
<i>a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;</i>	21,5	<i>O partido temático e o conceito foram desenvolvidos a partir das searas informativa e educativa, contemplando o desafio e os objetivos de comunicação. Mas, vale ressaltar adendo sobre o afinilamento do público com base na argumentação do conceito, levando à criação de personagens do imaginário infantil.</i>
<i>b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;</i>		
<i>c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos;</i>		
<i>d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;</i>		
<i>e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no</i>		
		<i>As possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do DETRAN-GO com seus públicos passam a ser limitadas pela utilização de personagens de heróis infantis voltados para a representação da seta e da faixa, lembrando que jovens não portadores de habilitação e crianças (novas gerações) são públicos secundários, de acordo com o</i>

Briefing; f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.		Briefing. A consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta acaba sofrendo impacto com a escolha dos personagens, suas personificações e perfis.
TOTAL DO ITEM	<u>21,5</u>	Observação:

Subquesto 3 - Ideia Criativa - 25 (VINTE E CINCO) PONTOS		
ITEM	NOTA	JUSTIFICATIVA
Subquesto 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - 10 (DEZ) PONTOS		
a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;		O alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação foi realizado.
a) a adequação de Estratégia de Mídia e Não Mídia, em função da natureza da campanha, ANUNCIANTE, com o desafio e para os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	10	A adequação de Estratégia de Comunicação foi realizado de acordo com os quesitos do referido item, primário as novas gerações. Incorrência de erro a partir da delimitação do conceito e públicos. A escolha de personagens/heróis tipificados pelo mundo infantil tornou árdua a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo. Mesmo sendo colocados em ambiente adulto, os personagens de desenhos têm o frescor do imaginário e contexto infantil, deixando de estender a linguagem e comprometendo sua possibilidade de aderência com relação ao motorista a partir da faixa etária de 20+.
b) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo, a tática e do plano de mídia;		A consistência dos meios de comunicação dos veículos de divulgação e a escolha de segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária, a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação de ANUNCIANTE e a adequação da linguagem com os pontos da Estratégia de Mídia e Não Mídia;
c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo, a tática e do plano de mídia;		A adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo, a tática e do plano de mídia;
d) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo, a tática e do plano de mídia;		A adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo, a tática e do plano de mídia;
e) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo, a tática e do plano de mídia;		A adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo, a tática e do plano de mídia;
f) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo, a tática e do plano de mídia;		A adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo, a tática e do plano de mídia;
g) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo, a tática e do plano de mídia;		A adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo, a tática e do plano de mídia;
TOTAL DO ITEM	<u>10</u>	Observação: a peça apresentada é um dos pontos que o mesmo foi apresentado, sendo a representação de meios de comunicação de serem contratoras mídias sem apresentação de justificativa de não utilizar contratação direta com os veículos mencionados no plano apresentado.
TOTAL DO ITEM	<u>21</u>	

TOTAL DO ITEM		<i>Observação:</i>
----------------------	--	--------------------

Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - 10 (DEZ) PONTOS		
ITEM	NOTA	JUSTIFICATIVA
TOTAL DO ITEM		<i>Observação:</i>

TOTAL		Observação
Quesito 1 – Capacidade de Atendimento		
Quesito 3 – Repertório		
Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		

PARTIDO TEMÁTICO:			
SUBITEM	NOTA		
Raciocínio Básico	Julgador A	Julgador B	Julgador C
	Média:		
Estratégia de Comunicação Publicitária	Julgador A	Julgador B	Julgador C
	Média:		
Ideia Criativa	Julgador A	Julgador B	Julgador C
	Média:		
Estratégia de Mídia e Não Mídia	Julgador A	Julgador B	Julgador C
	Média:		
Pontuação do Plano de Comunicação Publicitária			

PARTIDO TEMÁTICO:			
SUBITEM	NOTA		
Raciocínio Básico	Julgador A	Julgador B	Julgador C
	Média:		
Estratégia de Comunicação Publicitária	Julgador A	Julgador B	Julgador C
	Média:		
Ideia Criativa	Julgador A	Julgador B	Julgador C
	Média:		
Estratégia de Mídia e Não Mídia	Julgador A	Julgador B	Julgador C
	Média:		
Pontuação do Plano de Comunicação Publicitária			

EMPRESA:			
SUBITEM	NOTA		
Capacidade de Atendimento	Julgador A	Julgador B	Julgador C
	Média:		
Repertório	Julgador A	Julgador B	Julgador C
	Média:		
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Julgador A	Julgador B	Julgador C
	Média:		
Pontuação do Conjunto de Informações Técnicas			

EMPRESA:			
SUBITEM	NOTA		
Capacidade de Atendimento	Julgador A	Julgador B	Julgador C
	Média:		
Repertório	Julgador A	Julgador B	Julgador C
	Média:		
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Julgador A	Julgador B	Julgador C
	Média:		
Pontuação do Conjunto de Informações Técnicas			

GOVERNO DE GOIÁS/ XXXXX

CONCORRÊNCIA Nº XX/XXXX

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS

POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ATA 01 – ANÁLISE E JULGAMENTO ACERCA DA ATA DA SESSÃO PÚBLICA DE ABERTURA E RECEBIMENTO DO INVÓLUCRO Nº 1

ATA DE REUNIÃO Nº 01, ELABORADA PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA, CRIADA PELA PORTARIA XX/XXXX – XXXXX, DE XX DE XXXXX DE XXXX, PUBLICADA NO DIÁRIO OFICIAL Nº XXXXX COMPOSTA POR (...), VISANDO A ANÁLISE E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS, REFERENTES À CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº XX/XXXX, QUE TEM COMO OBJETO A CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA.

No dia XX de XXXXX de XXXX, a SUBCOMISSÃO TÉCNICA, recebeu da Comissão Especial de Licitação, (...), o Edital da Concorrência Nº XX/XXXX e seus anexos, os comunicados com os respectivos questionamentos e respostas, o INVÓLUCRO Nº 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA das licitantes, bem como a Ata da Sessão Pública de Abertura e Recebimento dos Envelopes, lavrada em XX de XXXXX de XXXX, como determina o subitem (...) do EDITAL.

De posse dos documentos, com base nos critérios amplamente divulgados no Edital, utilizando-se do melhor julgamento dentro das técnicas da publicidade, a SUBCOMISSÃO TÉCNICA iniciou a análise acerca do cumprimento do Edital e seus anexos.

Com relação à Ata da Sessão Pública de Abertura e Recebimento dos Envelopes, foram realizados pelas licitantes os seguintes apontamentos:

GOVERNO DE GOIÁS/ XXXXX

CONCORRÊNCIA Nº XX/XXXX

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS

POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ATA 02 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (INVÓLUCRO Nº 1)

ATA DE REUNIÃO Nº 02, ELABORADA PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA, CRIADA PELA PORTARIA XX/XXXX – XXXXX, DE XX DE XXXXX DE XXXX, PUBLICADA NO DIÁRIO OFICIAL Nº XXXXX, COMPOSTA POR (...), VISANDO A ANÁLISE E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS, REFERENTES À CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº XX/XXXX, QUE TEM COMO OBJETO A CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA.

No dia XX de XXXXX de XXXX, a SUBCOMISSÃO TÉCNICA recebeu da Comissão Especial de Licitação, o Edital da Concorrência Nº XX/XXXX e seus anexos, os comunicados com os respectivos questionamentos e respostas, o INVÓLUCRO Nº 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA das licitantes, bem como a Ata da Sessão Pública de Abertura e Recebimento dos Envelopes, lavrada em XX de XXXXX de XXXX, como determina o subitem (...) do EDITAL.

De posse dos documentos, com base nos critérios amplamente divulgados no Edital, utilizando-se do melhor julgamento dentro das técnicas da publicidade, a SUBCOMISSÃO TÉCNICA procedeu a análise e julgamento das propostas e pontuou as licitantes, como determina o item (...) do Edital, relacionadas abaixo de acordo com a ordem alfabética de seus partidos temáticos.

GOVERNO DE GOIÁS/ XXXXX

CONCORRÊNCIA Nº XX/XXXX

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS

POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ATA 03 – ANÁLISE E JULGAMENTO ACERCA DA ATA DA SESSÃO PÚBLICA DE ABERTURA E RECEBIMENTO DO INVÓLUCRO Nº 3

ATA DE REUNIÃO Nº 03, ELABORADA PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA, CRIADA PELA PORTARIA XX/XXXX – XXXXX, DE XX DE XXXXX DE XXXX, PUBLICADA NO DIÁRIO OFICIAL Nº XXXXX, COMPOSTA POR (...), VISANDO A ANÁLISE E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS, REFERENTES À CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº XX/XXXX, QUE TEM COMO OBJETO A CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA.

No dia XX de XXXXXX de XXXX, a SUBCOMISSÃO TÉCNICA, recebeu da Comissão Especial de Licitação, (...), o Edital da Concorrência Nº XX/XXXX e seus anexos, os comunicados com os respectivos questionamentos e respostas, o **INVÓLUCRO Nº 3 – PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO** das licitantes, bem como a Ata da Sessão Pública de Abertura e Recebimento dos Envelopes, lavrada em XX de XXXXX de XXXX, como determina o subitem (...) do EDITAL.

De posse dos documentos, com base nos critérios amplamente divulgados no Edital, utilizando-se do melhor julgamento dentro das técnicas da publicidade, a SUBCOMISSÃO TÉCNICA, iniciou a análise acerca do cumprimento do Edital e seus anexos.

Com relação à Ata da Sessão Pública de Abertura e Recebimento dos Envelopes, não foram realizados pelas licitantes nenhum apontamento.

Com relação a análise da própria SUBCOMISSÃO TÉCNICA ao cumprimento das regras do Edital e seus anexos na apresentação da Proposta Técnica (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação), não foram identificadas infrações que comprometessem a análise e julgamento das propostas técnicas, como determina o EDITAL em seu subitem (...).

Nesse sentido, a SUBCOMISSÃO TÉCNICA, atendendo ao disposto no subitem (...) do EDITAL, decide por interpretar a aplicação das regras estabelecidas neste EDITAL, em favor do caráter competitivo desta concorrência.

20.4 A comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e a aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do artigo 3º, caput, da Lei Federal nº8.666/1993.

Este é nosso entendimento, salvo melhor juízo.

Goiânia (GO), XX de XXXX de XXXX.

GOVERNO DE GOIÁS/ XXXXX

CONCORRÊNCIA Nº XX/XXXX

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS

POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ATA 04 – PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (INVÓLUCRO Nº 3)

ATA DE REUNIÃO Nº 04, ELABORADA PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA, CRIADA PELA PORTARIA XX/XXXX – XXXXX, DE XX DE XXXXX DE XXXX, PUBLICADA NO DIÁRIO OFICIAL Nº XXXXX, COMPOSTA POR (...), VISANDO A ANÁLISE E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS, REFERENTES À CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº XX/XXXX, QUE TEM COMO OBJETO A CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA.

No dia XX de XXXXX de XXXX, a SUBCOMISSÃO TÉCNICA recebeu da Comissão Especial de Licitação, (...), o Edital da Concorrência Nº XX/XXXX e seus anexos, os comunicados com os respectivos questionamentos e respostas, o INVÓLUCRO Nº 3 – PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO das licitantes, bem como a Ata da Sessão Pública de Abertura e Recebimento dos Envelopes, lavrada em XX de XXXXX de XXXX, como determina o subitem (...) do EDITAL.

De posse dos documentos, com base nos critérios amplamente divulgados no Edital, utilizando-se do melhor julgamento dentro das técnicas da publicidade, a SUBCOMISSÃO TÉCNICA procedeu a análise e julgamento das propostas e pontuou as licitantes, como determina o item (...) do Edital, relacionadas abaixo de acordo com a ordem alfabética.