

GOVERNODO ESTADO DE GOIÁS
DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO
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 2 – Capacidade de Atendimento

Quesito 3 – Repertório

Quesito 4 – Relatos e Soluções de Problemas de Comunicação

LICITANTE: Propeg

Quesito 2 – Capacidade de Atendimento – 10 (DEZ) PONTOS		
ITEM	NOTA	JUSTIFICATIVA
<p>a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento de cada um;</p> <p>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;</p> <p>c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do DETRAN na execução do contrato;</p> <p>d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o DETRAN e a licitante;</p> <p>e) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do DETRAN.</p>		<p><i>Clientes de grande porte (com período de atendimento cada um), nível nacional, incluindo instituições públicas, governos, ministérios e prefeituras.</i></p> <p><i>Há experiência dos profissionais e adequação das quantificações e qualificações às necessidades de comunicação publicitária do DETRAN-GO, apesar de não apresentar a formação da Diretora de Criação.</i></p> <p><i>Adequação da infraestrutura e das instalações à disposição do DETRAN-GO. Porém, foi apresentado no Caderno de Capacidade de Atendimento o escritório de Goiânia, mas sem descrever infraestrutura de equipamentos e quantos e quais profissionais estarão à disponibilidade do órgão. Com isso, a funcionalidade do relacionamento operacional fica sem clareza de seu funcionamento.</i></p> <p><i>Cumprimento com o item sobre relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, pesquisas de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia que estará à disposição do DETRAN-GO.</i></p>
TOTAL DO ITEM	<u>9,5</u>	<i>Observação:</i>

Quesito 3 – Repertório – 10 (DEZ) PONTOS		
ITEM	NOTA	JUSTIFICATIVA
<p>a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;</p> <p>b) a clareza e a precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;</p> <p>c) a qualidade de produção, da execução e do acabamento das peças.</p>		<p>A licitante contempla o item originalidade da solução criativa e adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação, mesmo a peça da “Caixa – Auxílio Emergencial” ser uma solução tradicional (fórmula testada e usualmente utilizada pelo mercado - clichê).</p> <p>Tem clareza e precisão das mensagens e adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo. Porém, a peça “Remake” da Petrobrás necessita de conhecimento de outras peças para entendimento direto e claro. E a peça para anúncio de revista “Rio de Janeiro – trânsito” está discrepante da proposta do VT de 30”, como se fossem peças de campanhas diferentes.</p>
TOTAL DO ITEM	<u>9,0</u>	<p>Observação:</p> <p>VT de 30” “Rio de Janeiro – trânsito” tem delay de áudio em relação a imagem. Sem comprometimento de execução para avaliação.</p>

Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – 10 (DEZ) PONTOS		
ITEM	NOTA	JUSTIFICATIVA
<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 contribuiu 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>Os desafios de comunicação têm complexidade alta e média, apresentados no Relato com encadeamento lógico.</p> <p>A solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente, apesar dos resultados obtidos não serem apresentados em dados quantitativos (numéricos e/ou em porcentagem).</p> <p>Há evidência clara de planejamento estratégico na proposição da solução publicitária.</p>
TOTAL DO ITEM	<u>9,5</u>	Observação:

TOTAL	28	Observação:
Quesito 2 – Capacidade de Atendimento		
Quesito 3 – Repertório		
Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas de		

Comunicação		
-------------	--	--