

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: Desigual

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 apresentados são de porte médio e tradição (com período de atendimento de cada um), principalmente de instituições públicas e governo.</i></p> <p><i>Cumpr com o item da equipe profissional com experiência em atividades publicitárias, com quantificações e qualificações de acordo com as necessidades de comunicação publicitária do DETRAN-GO, mesmo tendo dois profissionais sem apresentação de suas graduações.</i></p> <p><i>Infraestrutura e instalações adequadas para execução do contrato, com destaque para formação de núcleo exclusivo para atendimento do DETRAN-GO.</i></p> <p><i>Com relação à funcionalidade do relacionamento operacional, a disposição de núcleo exclusivo cumpre com o item, apesar de não mencionar sistema de acompanhamento das atividades pelo DETRAN-GO.</i></p> <p><i>Os métodos, metodologias, fontes e sistemas utilizados para levantamento da relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência, da auditoria de circulação e controle de mídia são padrões e cumprem com o item.</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>Traz aplicações diferenciadas em produção e movimento de imagens, cumprindo o item sobre originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação.</p> <p>Tem clareza e precisão das mensagens, assim como adequação da linguagem às características dos meios e públicos.</p> <p>As peças têm qualidade de produção, execução e acabamento, porém na peça Fecomércio e Senac há erro de concordância (“Novos conhecimentos geram novas oportunidades”). Falha na revisão (acabamento).</p>
TOTAL DO ITEM	9,5	Observação:

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>Com encadeamento lógico da exposição do Relato, a licitante evidencia o planejamento estratégico na proposição da solução publicitária.</p> <p>Os desafios são de média e alta complexidade com obstáculos que envolvem mudança de imagem do Poder Legislativo (instituição com resistência por parte da população) e informações sobre desconto no IPVA (imposto que impacta no bolso do contribuinte, estando propenso a participar da ação – pagar com desconto).</p> <p>O Relato demonstra a contribuição para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente e destaca a relevância dos resultados obtidos. Porém, em um dos casos (caso 2), a licitante não apresenta dados numéricos e/ou percentuais de evolução com a campanha executada.</p>
TOTAL DO ITEM	9,5	Observação:

TOTAL	28,5	Observação:
Quesito 2 – Capacidade de Atendimento Quesito 3 – Repertório Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		

