

**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: Trilha**

<b>Quesito 2 – Capacidade de Atendimento – 10 (DEZ) PONTOS</b>		
<b>ITEM</b>	<b>NOTA</b>	<b>JUSTIFICATIVA</b>
<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>Os clientes apresentados (com período de atendimento de cada um) são de médio e pequeno porte, com destaque para a Prefeitura de Anápolis.</p> <p>O item experiência dos profissionais com quantificações e qualificações cumpriu com exigências, porém com a observação de não citar a graduação do redator, apesar deste trabalhar na área há 48 anos.</p> <p>A adequação da infraestrutura e das instalações à disposição do DETRAN-GO se encontram insipientes acordo com frase no Caderno de Capacidade de Atendimento que apresenta: “Para nossa relação com o cliente DETRAN-GO, já estamos prevendo a ampliação de nossas instalações e infraestrutura”.</p> <p>A licitante cumpre devidamente com a funcionalidade do relacionamento operacional e com a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia à disposição de acordo com os utilizados pelo mercado.</p>
<b>TOTAL DO ITEM</b>	<b><u>8</u></b>	<b>Observação:</b>

<b>Quesito 3 – Repertório – 10 (DEZ) PONTOS</b>		
<b>ITEM</b>	<b>NOTA</b>	<b>JUSTIFICATIVA</b>
<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>Originalidade da solução criativa de acordo com os padrões tradicionais adequados à natureza do cliente, público-alvo e ao desafio de comunicação.</p> <p>Há deficiência com relação à clareza e precisão das mensagens e adequação da linguagem devido a dificuldade de entendimento e ruído das peças. Inclui-se a mensagem final da peça contra o bullying que destaca o racismo como bullying e, na verdade, racismo é crime. Uma abordagem e destaque incorretos sobre o tema.</p> <p>A qualidade da produção pode ser melhorada, assim como o acabamento dos vídeos.</p>
<b>TOTAL DO ITEM</b>	<b>8</b>	Observação:

<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 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>Há evidência de planejamento estratégico na proposição da solução publicitária, assim como o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.</p> <p>Apesar dos resultados obtidos e a contribuição para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente serem alcançados, a complexidade dos desafios é baixa. O caso “Arraiana” tem como maior fator de sucesso o nome dos cantores participantes do evento.</p>
<b>TOTAL DO ITEM</b>	<b>8</b>	Observação:

<b>TOTAL</b>	<b>24</b>	<b>Observação:</b>
<b>Quesito 2 – Capacidade de Atendimento</b> <b>Quesito 3 – Repertório</b> <b>Quesito 4 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>		