

CONCORRÊNCIA PÚBLICA N. 005/2024 – DETRAN

Avaliação da Proposta Técnica

Via não identificada – Invólucro n. 1

Licitante: 3

Total de pontos: 48

Partido temático: Paraná em movimento e o caminhoneiro em segurança.

Avaliador(a): Ana Paula Burkot Herman

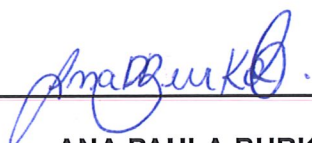
QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Máximo de 70 pontos

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO	CRITÉRIOS	Nota	Justificativa
1 – Raciocínio Básico	Notas de 0 a 10, sendo: 0 – Não atende 1 a 3 – Atende pouco; 4 a 6 – Atende medianamente; 7 a 8 – Atende bem; 9 a 10 – Atende com excelência.	a. Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b. Compreensão das informações contidas no Anexo I-B; c. Clareza e objetividade.	8	Boa acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância nas análises, além de boa compreensão das informações contidas no Anexo I-B, com clareza e objetividade.
2 – Estratégia de Comunicação Publicitária	Notas de 0 a 20, sendo: 0 – Não atende 1 a 3 – Atende muito pouco; 4 a 6 – Atende pouco; 7 a 9 – Atende medianamente; 10 a 13 – Atende relativamente bem; 14 a 17 – Atende bem; 18 a 20 – Atende com excelência.	a. Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I-B; b. Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; c. Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio; d. Capacidade de articulação, abrangência,	16	Bom entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no briefing, com boa amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada. Boa exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional apresentado na estratégia de comunicação, com capacidade de articulação, abrangência,

		pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.		pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, público-alvo e a solução apresentada.
3. Ideia Criativa	Notas de 0 a 25, sendo: 0 – Não atende 1 a 6 – Atende muito pouco; 7 a 10 – Atende pouco; 11 a 14 – Atende medianamente; 15 a 18 – Atende relativamente bem; 19 a 21 – Atende bem; 22 a 25 – Atende com excelência.	a. Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; b. Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do DETRAN. c. Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente; d. Pertinência entre as atividades do DETRAN e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; e. Exequibilidade e economicidade das peças e do material; f. Clareza e objetividade das soluções apresentadas.	15	Atendeu relativamente bem a adequação da ideia criativa e o entendimento sobre o cliente, seu público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do DETRAN. Pouca clareza na transmissão da mensagem, com excesso de texto e elementos que não conversavam visualmente. No hot site, faltaram dicas de como agir, apresentando somente dados de sinistros, mortes e feridos. Peças de redes sociais com excesso de texto e com pouca conexão com o restante da campanha.
4. Estratégia de Mídia e Não Mídia	Notas de 0 a 15, sendo: 0 – Não atende 1 a 3 – Atende muito pouco; 4 a 6 – Atende pouco; 7 a 9 – Atende medianamente; 10 a 13 – Atende bem; 14 a 15 – Atende com excelência.	a. Conhecimento Técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; b. Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; c. Demonstração efetiva de economicidade da	9	Médio conhecimento técnico e entendimento sobre os hábitos de consumo. Mediano entendimento sobre o público e consistência da solução apontada. Apresentou economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, mas com pouca adequação e otimização durante o plano. O plano de mídia não

		solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.	abrangeu o meio TV, que é um meio amplamente difundido entre o público-alvo, durante suas paradas e seu período de descanso.
--	--	--	--



ANA PAULA BURKOT HERMAN