

CONCORRÊNCIA PÚBLICA N. 005/2024 – DETRAN**Avaliação da Proposta Técnica**

Via não identificada – Invólucro n. 1

Licitante: 05

Total de pontos: 51

Partido temático: Caminhoneiro, preste atenção aos sinais

Avaliador(a): Denis Andrade Godoi

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	Atende bem, com acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância nas análises, e apresenta boa compreensão das informações contidas no Anexo I-B, com clareza e objetividade. Conhecimento bom do órgão e programas do Detran.
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	15	Apresentou um bom entendimento do objetivo de comunicação descrito no briefing, com boa amplitude e adequação nos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada. A estratégia foi bem defendida, mas exequibilidade deixou a desejar. Os argumentos sobre o cliente, o



		apresentada no desafio; d. Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.		público-alvo e a solução proposta foram relevantes.
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	A proposta atendeu a ideia ofertada pelo cliente. Contudo, a aplicação das imagens enfatizam comportamentos impróprios dos motoristas. Houve falta de clareza na transmissão da mensagem; ao utilizar placas para comunicar, a sensação gerada foi mais de incentivo do que de alerta ou prevenção.
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;	13	Bom conhecimento técnico e compreensão dos hábitos de consumo, apresentados de forma clara. Houve um bom entendimento sobre o público, com consistência na solução proposta, aproveitamento eficaz e eficiente das oportunidades. No



		<p>c. Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.</p>	<p>entanto, a distribuição da verba poderia ser melhorada, com uma maior adequação e otimização de seus recursos. Seria possível reduzir alguns custos, incluindo os de produção para o carrossel, e aumentar a frequência em outros meios de comunicação.</p>
--	--	---	--

DENIS ANDRADE GODOI

