

CONCORRÊNCIA PÚBLICA N. 005/2024 – DETRAN

Avaliação da Proposta Técnica

Via não identificada – Invólucro n. 1

Licitante: 07

Total de pontos: 50

Partido temático: Sem responsabilidade, o que você carrega pela estrada é arrependimento

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; c. Clareza e objetividade.	7	Boa acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância nas análises, além de boa compreensão das informações contidas no Anexo I, com clareza e objetividade. Apresentou programas que não são de conhecimento 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. Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada; c. Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na	16	Bom entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I, Boa exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional apresentado na estratégia de comunicação, com capacidade de articulação, abrangência,

		estratégia de comunicação 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.		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 da 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 da DETRAN. Apresentou originalidade, criatividade, simplicidade, com pouca adequação e pertinência entre a proposta e o cliente e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico. Faltaram informações educativas, que é uma das premissas do Detran.
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	12	Bom conhecimento técnico e entendimento sobre os hábitos de consumo, demonstrados com clareza. Demonstrou entendimento sobre o público, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das



		<p>oportunidades, de forma eficaz e eficiente; c. Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.</p>	<p>oportunidades. Apresentou demonstração de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento. Poderia ter descrito no plano os meses em que a campanha foi pensada, para facilitar a avaliação.</p>
--	--	---	--

ANA PAULA BURKOT HERMAN