

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA N. 005/2024 – DETRAN**

**Avaliação da Proposta Técnica**

Via não identificada – Invólucro n. 1

Licitante: 07

Total de pontos: 49

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

Avaliador(a): Denis Andrade Godoi

QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA				
Máximo de 70 pontos				
SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO	CRITÉRIOS	Nota	Justificativa
1 – Raciocínio Básico	<b>Notas de 0 a 10, sendo:</b> 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.	8	Atendeu bem na acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância nas análises. Bem como, apresenta boa compreensão das informações contidas no briefing, com clareza e objetividade.
2 – Estratégia de Comunicação Publicitária	<b>Notas de 0 a 20, sendo:</b> 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 estratégia de comunicação apresentada no desafio;	15	Atendeu bem no entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no briefing, com boa exequibilidade e conhecimento técnico na estratégia de comunicação, com capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos



		d. Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.		demonstrados sobre o cliente, público-alvo e a solução proposta.
3. Ideia Criativa	<b>Notas de 0 a 25, sendo:</b> 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 do 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. Houve ausência de informações educativas.
4. Estratégia de Mídia e Não Mídia	<b>Notas de 0 a 15, sendo:</b> 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	11	Apresentou bom conhecimento técnico e entendimento claro sobre os hábitos de consumo. Demonstrou uma compreensão sólida do público, com consistência na solução proposta, aproveitamento das oportunidades de forma pertinente e eficaz. Houve uma boa demonstração de



		efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.	economicidade na solução do desafio, com aplicação adequada da verba e otimização de seu aproveitamento. No entanto, o plano poderia ter especificado os meses em que a campanha foi planejada, o que facilitaria a avaliação.
--	--	--	--



---

**DENIS ANDRADE GODOI**