

CONCORRÊNCIA PÚBLICA N. 005/2024 – DETRAN

Avaliação da Proposta Técnica

Via não identificada – Invólucro n. 1

Licitante: 08

Total de pontos: 65

Partido temático: A vida é uma estrada chegue mais longe

Avaliador(a): Marcia Mai Takaki

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.	9	Raciocínio básico construído com excelente acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância nas análises. Excelente 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;	19	Houve excelência no entendimento sobre o objetivo de comunicação, com amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada, com exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional apresentado na estratégia de comunicação, com capacidade de

		d. Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público alvo e a solução escolhida.		articulação, abrangência, 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.	24	Atendeu com excelência a adequação da ideia criativa e o entendimento sobre o cliente, seu público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas. Teve originalidade, criatividade e simplicidade na proposta, com adequação e pertinência entre a proposta e o cliente na inserção dos contextos social, administrativo e econômico. Peças com linha positiva, em consonância com as diretrizes do PNATRANS. Apelo emocional, jingle original e criativo.
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	13	Atendeu bem a estratégia de mídia e não mídia, com conhecimento técnico e entendimento sobre os hábitos de consumo, demonstrados com clareza. Apresentou bom entendimento sobre o público, consistência da solução apontada e pertinência. Poderia ter aproveitado melhor os meios, de



DETRAN PR
DEPARTAMENTO DE TRÂNSITO DO PARANÁ

PARANÁ
GOVERNO DO ESTADO



		efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.		forma mais eficaz e eficiente, em especial rádio que foi pouco explorado. Poderia também reduzir o tamanho dos anúncios de TV e rádio. Demonstrou economicidade na solução do desafio, mas poderia melhorar na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.
--	--	--	--	--

Marcia Mai Takaki

MARCIA MAI TAKAKI