

CONCORRÊNCIA PÚBLICA N. 005/2024 – DETRAN

Avaliação da Proposta Técnica

Via não identificada – Invólucro n. 1

Licitante: 10

Total de pontos: 38

Partido temático: A vida é sua carga mais valiosa.

Avaliador(a): Marcia Mai Takaki

QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Máximo de 70 pontos

SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO	CRITÉRIOS	Nota	
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	Apresentou boa acuidade, abrangência, pertinência e relevância nas análises, além de 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, pertinência,	8	Atende medianamente o entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I. Fraca exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional apresentado na estratégia de comunicação, com pouca capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos

		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 apresentada. A solução é de complicada execução, além de não apresentar argumentos educativos, apenas de benefícios por bom comportamento.
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.	13	Atendeu medianamente a adequação da ideia criativa e o entendimento sobre o cliente, seu público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do DETRAN. Pouca originalidade, criatividade e adequação com a proposta e o cliente e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico. Fraca exequibilidade e economicidade das peças e materiais propostos. A proposta incentiva o uso do aplicativo para benefícios que são quase impossíveis de serem mantidos a longo prazo, fazendo o aplicativo perder a função. Layout parece incentivar em alguns momentos o uso do celular, inclusive enquanto dirige.
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	a. Conhecimento Técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico;	9	Fraco conhecimento técnico e entendimento sobre os hábitos de consumo do público-alvo. Fraca demonstração de

	medianamente; 10 a 13 – Atende bem; 14 a 15 – Atende com excelência.	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 solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.		economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, gastando muito em produção e mídias diferenciadas e pouco em mídias tradicionais. Plano com pouco desdobramento e fraca defesa.
--	---	---	--	--

Marcia Mai Takaki

MARCIA MAI TAKAKI