AGÊNCIA 1 - PEDE A NOTA QUE O BENEFÍCIO VOLTA

SUBQUESITO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO						
CRITÉRIOS	AVALIADOR 1 (WILMAR)		AVALIADOR 2 (DIOGO)		AVALIADOR 3 (LUCIENE)	
	NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA
a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da contratante e do contexto de sua atuação;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; apresenta dados compatíveis com o contexto econômico, fiscal e institucional, com desenvolvimento limitado.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; reconhece a necessidade de arrecadação, mas dimensiona pouco o problema.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; explica o programa, mas aprofunda pouco o contexto e o comportamento do contribuinte.
a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; identifica a divulgação do cashback, mas inclui aspectos de relação indireta.	8	Atendimento parcial, com limitações; há menor clareza na definição dos públicos.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; foca no benefício financeiro com pouco aprofundamento nas necessidades de comunicação
a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pela contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing	10	Atendimento consistente; compreende claramente o desafio de comunicar o novo benefício.	10	Atendimento consistente; contempla o entendimento do briefing.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; apresenta pouca solução estratégica.
MÉDIA SUBQUESITO 1	9,33		9,00		9,00	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1 (MÉDIA X 0,5)	**4,67**		**4,50**		**4,50**	

SUBQUESITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA						
CRITÉRIOS	AVALIADOR 1 (WILMAR)		AVALIADOR 2 (DIOGO)		AVALIADOR 3 (LUCIENE)	
	NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA
a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que o conceito criado atende a contratante e está alinhado ao objetivo.	10	Atendimento consistente; o conceito se mostra adequado à campanha.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a adequação tem baixa inovação criativa e baixa diferenciação dos desafios e objetivos da comunicação da campanha.
a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a estratégia consistente e bem defendida, porém poderia apresentar encadeamento entre problema, conceito e solução.	10	Atendimento consistente; a proposta consegue explicar a escolha do conceito.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; defende o tema mas a consistência da argumentação é genérica com repetições que reduz a objetividade estratégica.

as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da contratante com seus públicos;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; permite criar uma comunicação que fortaleça a imagem da contratante, mas limitado a vantagem financeira	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta explora apenas o benefício direto.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há necessidade de maior detalhamento elementos de comunicação publicitária que facilitem ampliar o impacto e o engajamento .
a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que principais elementos da estratégia estão corretos e coerentes.	10	Atendimento consistente; a estratégia está bem construída.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; não aprofundou a estratégia técnica e não aprofundou em explicar a diferenciação dos canais.
a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	10	Atendimento consistente; a proposta possui elevada relação entre a prefeitura, o desafio e os objetivos de comunicação.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a proposta demonstra conhecimento da prefeitura e adequação aos desafios.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; não aprofundou nos conhecimentos sobre a contratante. Os desafios estão apresentados de forma genérica sem caráter amplo .
a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a proposta apresenta estratégia adequada considerando a verba referenciada.	10	Atendimento consistente; a estratégia se apresenta viável para execução.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; necessita de informações para considerar a exequibilidade
MÉDIA SUBQUESITO 2	9,67		9,83		9,00	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2 (MÉDIA X 2)	**19,33**		**19,67**		**18,00**	

SUBQUESITO 3. IDEIA CRIATIVA						
CRITÉRIOS	AVALIADOR 1 (WILMAR)		AVALIADOR 2 (DIOGO)		AVALIADOR 3 (LUCIENE)	
	NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA
o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;	10	Atendimento consistente; a ideia criativa materializa plenamente a estratégia de comunicação.	10	Atendimento consistente; a ideia criativa está de acordo com a estratégia apresentada.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; repetição excessiva da mesma linha criativa limitando a evolução da Estratégia de Comunicação Publicitária.
a pertinência da solução criativa com a natureza da contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a proposta apresenta ideia criativa pertinente a prefeitura de Cuiabá.	8	Atendimento parcial, com limitações; a utilização do consumidor como elemento central apresenta pertinência. A solução de Mídia e não mídia não é satisfatória.	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta focou no caráter promocional.
a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	10	Atendimento consistente; as peças apresentadas são adequados ao meios e veículos.	10	Atendimento consistente; todas as peças apresentadas estão no plano e tem adequada leitura.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; algumas peças apresentam dificuldade de leitura e compreensão rápida, prejudicando a absorção da mensagem.

a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	8	Atendimento parcial, com limitações; a ideia criativa gera percepção positiva mas com baixo grau de originalidade.	8	Atendimento parcial, com limitações; a utilização do consumidor não é uma inovação.	8	Atendimento parcial, com limitações; há baixo grau de inovação criativa. Construção genérica pouco diferenciadora, sem impacto criativo.
a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a comunicação é clara, mas apresenta conflito entre cashback e sorteio.	10	Atendimento consistente; as peças estão bem feitas e clara nas suas mensagens.	8	Atendimento parcial, com limitações; algumas peças possuem excesso de texto pequeno.
a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	10	Atendimento consistente; a proposta apresenta ideia criativa que pode ser capaz de ser executado.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que todas as peças constam no plano de mídia e produção.	8	Atendimento parcial, com limitações; o elevado número de peças pode comprometer a eficiência operacional.
MÉDIA SUBQUESITO 3	9,50		9,33		8,33	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3 (MÉDIA X 2)	**19,00**		**18,67**		**16,67**	

SUBQUESITO 4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

CRITÉRIOS	AVALIADOR 1 (WILMAR)		AVALIADOR 2 (DIOGO)		AVALIADOR 3 (LUCIENE)	
	NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA
a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	10	Atendimento consistente; a proposta apresenta estratégia adequada ao desafio com distribuição eficiente da verba.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a estratégia está de acordo com o estabelecido no Briefing.	8	Atendimento parcial, com limitações; os formatos apresentados demonstram baixa adesão em plataformas digitais, muito investimento em TV.
a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	10	Atendimento consistente; a estratégia consistentemente definida com escolhas bem justificadas.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que não se observam inconsistências com potencial de comprometer o resultado.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; o excesso de teoria e repetição do conceito técnico que compromete a síntese estratégica.
a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	10	Atendimento consistente; a proposta apresenta alto conhecimento dos hábitos de consumo do público para cada meio definido.	10	Atendimento consistente; a defesa apresentou os dados do hábito de consumo de mídia e eles são utilizados.	8	Atendimento parcial, com limitações; a maioria das referências dos públicos foi nacional e genérico.

a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; plano muito consistente e tecnicamente bem definido.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; o plano está bem definido mas Há necessidade de maior detalhamento detalhar os recursos próprios.	8	Atendimento parcial, com limitações; o uso de recursos próprios é proposto de forma pouco estratégica.
o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a simulação prova que a campanha vai alcançar um número expressivo de pessoas .	10	Atendimento consistente; o plano está bem estruturado dividido verba de mídia e não mídia para obter.	8	Atendimento parcial, com limitações; alguns formatos apresentam redundância operacional, prejudicando a economicidade.
MÉDIA SUBQUESITO 4	9,80		9,60		8,20	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4 (MÉDIA X 1)	**9,80**		**9,60**		**8,20**	

RESUMO

CRITÉRIOS	AVALIADOR 1 (WILMAR)	AVALIADOR 2 (DIOGO)	AVALIADOR 3 (LUCIENE)
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1	4,67	4,50	4,50
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2	19,33	19,67	18,00
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3	19,00	18,67	16,67
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4	9,80	9,60	8,20
NOTA FINAL POR AVALIADOR	**52,80**	**52,43**	**47,37**

NOTA FINAL DO LICITANTE NO QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

NOTA FINAL DO QUESITO 1 (Média das notas finais dos avaliadores)	**50,87**

ASSINATURAS

	Nome completo	Data	Assinatura
AVALIADOR 1	Wilmar Lucas Neto	17/06/26	wilmar lucas neto
AVALIADOR 2	Diogo Peres Neto	17/06/26	Diogo Peres Neto
AVALIADOR 3	Luciene Lins da Silva	17/06/26	Luciene Lins da Silva