AGÊNCIA 2 - QUEM PEDE NOTA CUIABANA COM CASHBACK TCHEGA TCHÓRA NAS VANTAGENS

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; a proposta demonstra grande conhecimento sobre o cenário atual, poré, foca em quem faz a gestão e não na prefeitura.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta entende o motivo de aumento de arrecadação mas não deixa explicito o tamanho.	8	Atendimento parcial, com limitações; há necessidade de maior detalhamento e aprofundamento estratégico das especificidades, pouca análise crítica do contexto e da atuação.
a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas	7	Atendimento limitado; faz identificação parcial das necessidades de comunicação, sem profundidade suficiente.	7	Atendimento limitado; há menor clareza quanto a a necessidade do que precisa ser comunicado.	7	Atendimento limitado; falou muito do IPTU e pouco dos aspectos relevantes.
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	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta apresenta adequada compreensão do que é necessário comunicar sem análise dos desafios.	7	Atendimento limitado; há menor clareza quanto ao raciocínio a aderência ao briefing.	8	Atendimento parcial, com limitações; há necessidade de maior detalhamento objetividade da Estratégia, algumas partes repetem o argumento e não aprofunda no desafio da comunicação.
MÉDIA SUBQUESITO 1	8,00		7,67		7,67	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1 (MÉDIA X 0,5)	**4,00**		**3,83**		**3,83**	

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	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta originalidade no conceito temático, mas sem encadeamento ao programa Cashback.	10	Atendimento consistente; o conceito é adequado e atende bem da campanha.	8	Atendimento parcial, com limitações; há necessidade de maior detalhamento para demonstrar a natureza e o conceito da aplicação da campanha.
a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	8	Atendimento parcial, com limitações; o conceito temático é bem definido, mas sem especificações.	10	Atendimento consistente; a agencia conseguiu explicar bem o por que do conceito.	8	Atendimento parcial, com limitações; texto repetitivo e pouco objetivo, com métricas e conceito pouco detalhados.
as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da contratante com seus públicos;	8	Atendimento parcial, com limitações; usa o dialeto cuiabano com forte empatia, mas há perda do foco prático.	8	Atendimento parcial, com limitações; o conceito junto com os textossss.	7	Atendimento limitado; fala muito sobre o dialeto cuiabano mas pouco da segmentação do público e impacto real para comunicação.

a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta possui adequado embasamento em dados para justificar, mas de forma limitada.	7	Atendimento limitado; apresenta defesa de peças, mas não de uma estratégia.	8	Atendimento parcial, com limitações; a argumentação é superficial.
a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	8	Atendimento parcial, com limitações; cumpre os objetivos de um planejamento tradicional, mas faz muitas associações a promessas de campanha.	7	Atendimento limitado; a agencia demonstra conhecimento da contratante, mas não consegue estabelecer uma defesa.	8	Atendimento parcial, com limitações; superficial em vários pontos pouco aprofundamento em articular tecnicamente. Há necessidade de maior detalhamento dos objetivos.
a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.	7	Atendimento limitado; a proposta apresenta estratégia de comunicação capaz de ser executada, mas carece de informações obrigatórias do briefing.	5	Baixo atendimento ao critério; a estratégia parece viável, porém como a proposta deixa de fora várias variáveis fica muito subjetiva a análise de exequibilidade.	7	Atendimento limitado; há necessidade de maior detalhamento técnico de custos e distribuição de recursos.
MÉDIA SUBQUESITO 2	8,17		7,83		7,67	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2 (MÉDIA X 2)	**16,33**		**15,67**		**15,33**	

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;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a expressão "Tchega Tchóóra" funciona bem como elemento de unidade em toda a campanha, mas com repetição de mensagem.	8	Atendimento parcial, com limitações; o conceito é adequado, mas Há necessidade de maior detalhamento e desdobramento.	8	Atendimento parcial, com limitações; a campanha prioriza a repetição operacional da mensagem.
a pertinência da solução criativa com a natureza da contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta adequada solução focada no desafio do briefing sobre lançar o sistema, mas excessivamente explicativa.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta adequada solução criativa, mas não há necessidade de explicar o conceito.	8	Atendimento parcial, com limitações; as peças são excessivamente informativas com elementos problemáticos na execução dos pecas. Os objetivos não são claros.
a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	8	Atendimento parcial, com limitações; a seleção de meios é ampla e conversa bem com a rotina urbana, mas apresenta excesso de texto em peças de leitura rápida.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; as peças apresentadas estão com adequada leitura em seus respectivos meios mas com necessidade de maior detalhamento.	7	Atendimento limitado; a ideia é mais funcional e promocional do que demonstra a compatibilidade com os meios.
a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; o regionalismo gera forte simpatia com o público, mas a fórmula de explicar as vantagens permanece comum.	10	Atendimento consistente; a campanha tem originalidade e coerência com o público-alvo.	8	Atendimento parcial; há excesso de objetos nos rostos e menor demonstração de multiplicidade das interpretações que compõem.

a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a linguagem é adequada ao público e mensagens claras, mas possui excesso de informações.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; as peças apresentam boa clareza, mas sem necessidade de explicar o conceito.	8	Atendimento parcial, com limitações; o excesso de elementos e informações comprometem a mensagem principal e dificulta a adequação da linguagem .
a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	7	Atendimento limitado; a proposta apresenta ideia criativa que pode ser executável, mas carece de informações obrigatórias do briefing.	5	Baixo atendimento ao critério; há insuficiência de informações para verificação da exequibilidade.	7	Atendimento limitado; há necessidade de maior detalhamento técnico de custos e distribuição de recursos.
MÉDIA SUBQUESITO 3	8,50		8,33		7,67	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3 (MÉDIA X 2)	**17,00**		**16,67**		**15,33**	

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;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; existe necessidade de evidenciar alguns custos.	7	Atendimento limitado; a estratégia está adequada, porém a proposta apresenta baixa evidenciação de custos para influenciador.	8	Atendimento parcial, com limitações; observa-se excesso de descrição conceitual e menor aprofundamento na priorização técnica dos investimentos e indicadores da verba referencial.
a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	7	Atendimento limitado; a proposta apresenta fundamentação técnica, porém com falhas formais e inconsistências em em mapa de mídia.	5	Baixo atendimento ao critério; mapa de mídia demonstrativo de mídia com inconsistências nos valores apresentados.	7	Atendimento limitado; parte da defesa da estratégia é genérica.
a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta utiliza dados de pesquisa e perfis demográficos, mas a análise do comportamento local é superficial.	7	Atendimento limitado; a proposta apresenta os hábitos de consumo mas erra na apresentação da estratégia.	7	Atendimento limitado; há necessidade de maior detalhamento fundamentação específica para os diferentes perfis de audiência, sem segmentação de público-alvo.
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; integra consistentemente os canais institucionais à estratégia, mas sem muita profundidade de como complementar com os demais meios.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a proposta utiliza e apresenta os recursos próprios da Prefeitura.	8	Atendimento parcial, com limitações; há necessidade de maior detalhamento e mensuração do potencial da adequação dos recursos.
o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.	7	Atendimento limitado; a proposta apresenta adequada cobertura e frequência com a verba disponível, mas carece de informações obrigatórias do briefing.	7	Atendimento limitado; a proposta apresenta adequada cobertura e frequência mas peca ao não apresentar CPM, CPP, CPC no digital.	8	Atendimento parcial, com limitações; pulverização excessiva de veículos e há necessidade de maior detalhamento técnico de custos e distribuição de recursos.
MÉDIA SUBQUESITO 4	8,00		7,20		7,60	

NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4 (MÉDIA X 1)	**8,00**	**7,20**	**7,60**

RESUMO

CRITÉRIOS	AVALIADOR 1 (WILMAR)	AVALIADOR 2 (DIOGO)	AVALIADOR 3 (LUCIENE)
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1	4,00	3,83	3,83
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2	16,33	15,67	15,33
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3	17,00	16,67	15,33
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4	8,00	7,20	7,60
NOTA FINAL POR AVALIADOR	**45,33**	**43,37**	**42,10**

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

NOTA FINAL DO QUESITO 1 (Média das notas finais dos avaliadores)	**43,60**

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