AGÊNCIA 3 - VAI CPF NA NOTA VOLTA DESCONTOS PRA VOCÊ

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;	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta demonstra conhecimento parcial sobre as características sem aprofundar nas especificidades institucionais e atuação.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta entende a necessidade da Prefeitura em aumentar a arrecadação, mas sem aprofundar o quanto.	8	Atendimento parcial, com limitações; há necessidade de maior detalhamento análise comparativa dos dados da Prefeitura com dados de outras prefeituras.
a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta identifica os principais aspectos relevantes sem muito detalhamento	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a proposta apresenta os aspectos relativos à necessidade de comunicação.	8	Atendimento parcial, com limitações; há necessidade de maior detalhamento e compreensão dos pontos 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	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta identifica e compreende o desafio de comunicação da campanha com pouco aprofundamento	10	Atendimento consistente; o raciocínio apresentado contempla a deficiência do briefing.	8	Atendimento parcial, com limitações; exige maior aprofundamento dos desafios de comunicação.
MÉDIA SUBQUESITO 1	8,67		9,67		8,00	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1 (MÉDIA X 0,5)	**4,33**		**4,83**		**4,00**	

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; precisa aprofundar um pouco mais em dados sobre o contexto geral.	10	Atendimento consistente; o conceito é adequado e funciona bem para a campanha.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há necessidade de maior detalhamento um pouco trazer mais dados sobre o contexto geral.
a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; define a defesa do partido e como forma de resolver os problemas apresentados no briefing com argumentação limitada	10	Atendimento consistente; a proposta consegue explicar bem porque escolheu o conceito.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; argumentação está na mídia, adequada aos itens solicitados.
as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da contratante com seus públicos;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; boa associação positiva, mas se limita a um mesmo eixo conceitual.	8	Atendimento parcial, com ressalvas; o conceito fala do benefício real e direto ao cidadão.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; havia melhor benefício do que o utilizado. Há necessidade de maior detalhamento um pouco de força e conexão.

a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	8	Atendimento parcial, com limitações; há necessidade de maior detalhamento e explorar as possibilidades da campanha nos segmentos .	8	Atendimento parcial, com ressalvas; a estratégia está bem construída.	8	Atendimento parcial, com limitações; adequada relação com os problemas levantados.
a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta conhecimento sobre a contratante, mas não explora a articulação entre os pontos.	9	Atendimento satisfatório; a proposta mostra conhecimento da Prefeitura e adequação ao desafio.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; adequada profundidade sobre a contratante, desafios e objetivos, mas com necessidade de complementar.
a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.	9	Atendimento satisfatório com ressalvas; exige melhor detalhamento	8	Atendimento parcial, com ressalvas; a estratégia é viável de execução, mas apresenta dados estratégicos que necessita de maior informação.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; necessita demonstrar informações relevantes.
MÉDIA SUBQUESITO 2	8,83		8,83		8,83	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2 (MÉDIA X 2)	**17,67**		**17,67**		**17,67**	

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; ideia criativa muito apoiada em personagens.	10	Atendimento consistente; a ideia criativa está de acordo com a estratégia apresentada.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; criativo depende muito de personagem e de divulgação espontânea. Há necessidade de maior detalhamento..
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; solução criativa compatível ao propósito, mas com limitação técnica.	10	Atendimento consistente; a ideia de se utilizar de personagens da comunidade para produção das peças se.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta adequada pertinência ao universo da campanha.
a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; O registro evidencia que as peças são compatíveis com os formatos e meios apresentados mas com necessidade de adaptar a mensagem	8	Atendimento parcial, com ressalvas; os busdoors estão com muita informação.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; as peças cumprem as funções.
a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	8	Atendimento parcial, com ressalvas; a proposta possui originalidade limitada	8	Atendimento parcial, com ressalvas; utilizar artistas é uma originalidade, mas não prova se funciona.	8	Atendimento parcial, com limitações; poderia ir além da ideia de música.

a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta linguagem adequada com limitação de informações importantes.	8	Atendimento parcial, com ressalvas; as peças estão bem feitas, mas falta clareza em informações importantes.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; chama a atenção do público, mas faltou melhor adequação da linguagem ao segmento e ao público.
a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	9	Atendimento satisfatório com ressalvas; apresenta necessidade de detalhamento.	8	Atendimento parcial, com ressalvas; a estratégia demonstra ser viável mas necessita de maiores informações.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há necessidade de maior detalhamento da estratégia criativa.
MÉDIA SUBQUESITO 3	8,83		8,67		8,83	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3 (MÉDIA X 2)	**17,67**		**17,33**		**17,67**	

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;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; estratégia de mídia adequada mas sem clareza em alguns aspectos	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a estratégia está adequada ao estabelecido no briefing. O senão são as apresentações nas escolas que não fica claro.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; dependência em mídia paga e pouco uso de estratégia de mídia espontânea.
a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta proposta fundamentada de mídia, porém sem aprofundamento técnico.	10	Atendimento consistente; não se observam inconsistências com potencial de comprometer o resultado.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; Há necessidade de maior detalhamento e fundamentação bastante genérica.
a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; apresenta limitação de dados sobre comportamento local.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a defesa apresenta os dados bem fundamentados.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; poderia ser mais estruturada com o conhecimento do público-alvo e hábitos de consumo.
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; apresenta falta de relevância nos recursos próprios.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; o plano está bem defendido, mas não criou um item para recursos próprios.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta baixa evidenciação dos recursos próprios.
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; plano de mídia e não mídia é plausível, dentro do cenário, cobertura e frequência.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que o plano está bem estruturado.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a apresentação demonstrou economicidade e coerência na comunicação da proposta de forma limitada.
MÉDIA SUBQUESITO 4	9,20		9,60		9,00	

NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4 (MÉDIA X 1)	**9,20**	**9,60**	**9,00**

RESUMO

CRITÉRIOS	AVALIADOR 1 (WILMAR)	AVALIADOR 2 (DIOGO)	AVALIADOR 3 (LUCIENE)
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1	4,33	4,83	4,00
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2	17,67	17,67	17,67
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3	17,67	17,33	17,67
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4	9,20	9,60	9,00
NOTA FINAL POR AVALIADOR	**48,87**	**49,43**	**48,33**

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

NOTA FINAL DO QUESITO 1 (Média das notas finais dos avaliadores)	**48,88**

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