AGÊNCIA 4 - CASHBACK É O FUXICO DA VEZ

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 apresenta análise consistente das características e necessidades da contratante, mas sem aprofundamento do programa.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; o registro evidencia que a proposta apresenta características pertinentes às necessidades da Prefeitura, mas necessita de maior detalhamento.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há necessidade de maior detalhamento.
a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta identifica corretamente os pontos relevantes, com baixa pertinência em relação ao programa.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta aspectos relativos à necessidade de comunicação publicitária, mas necessita de maior detalhamento.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; apresentou pouco impacto das 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	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; compreende o desafio da comunicação sem aprofundamento da barreira de adesão do programa.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; O registro evidencia que o raciocínio apresentado contemplou o briefing.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; apresenta pouca objetividade reduzindo a assertividade.
MÉDIA SUBQUESITO 1	9,00		9,00		9,00	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1 (MÉDIA X 0,5)	**4,50**		**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 conceito bastante criativo, alinhado aos desafios e objetivos de comunicação.	10	Atendimento consistente; o conceito é adequado e se encaixa com a campanha.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; o tom de "novidade" pode perder força quanto ao benefício fiscal.
a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; apresenta excesso de esforço para fundamentar a defesa.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta consegue defender a escolha do conceito, mas contém ressalvas.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há necessidade de maior detalhamento da conexão estratégica.
as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da contratante com seus públicos;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta abordagem positiva e coerente, mas se limita a uma única abordagem.	8	Atendimento parcial, com limitações; o conceito mostra mais o benefício direto do que o indireto.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há uma adequada tentativa de argumento, mas há necessidade de maior detalhamento precisão sobre benefício e transformação.

a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta demonstra adequado conhecimento técnico e consistência, mas poderia aprofundar mais em alguns aspectos.	8	Atendimento parcial, com limitações; a apresentação deixa clara a proposta em conjunto com a campanha, mas com pontos que poderiam ser melhor pensados.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; apresenta pouco conceito técnico, falta de profundidade.
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; integra bem a estratégia proposta, trazendo coerência e lógica de comunicação mas contém ressalvas.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; demonstra conhecimento da Prefeitura e seus problemas, além de contar com adequado conhecimento da estratégia, mas precisa de mais detalhamento.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; compreensível, mas articula pouco problema, objetivo e campanha.
a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.	8	Atendimento parcial, com limitações; a estratégia compatível com a verba, mas poderia apresentar melhor a execução.	8	Atendimento parcial, a estratégia é viável e apresentada com os objetivos do briefing, com necessidade de aprofundamento em algumas execuções	8	Atendimento parcial, com limitações; a estratégia tem coerência, mas necessita apresentar melhor a sua execução.
MÉDIA SUBQUESITO 2	9,00		8,67		8,83	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2 (MÉDIA X 2)	**18,00**		**17,33**		**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; o conceito compatível com os objetivos da campanha, mas sem uma associação imediata ao cashback.	8	Atendimento parcial, com limitações; a ideia criativa está de acordo com a estratégia, com necessidade de aprofundamento em algumas ações.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; apresenta pouco alinhamento ao funcionamento do programa, muito puxado para o humor.
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; criação compatível com o desafio proposto, mas prioriza demais o conceito em detrimento de outras informações relevantes.	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta apresentou a campanha de forma aceitável, com necessidade de aprofundamento em algumas execuções	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; apresenta redução da solução criativa e dos objetivos de comunicação.
a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que as peças são adequadas aos meios e veículos indicados	10	Atendimento consistente; todas as peças apresentam/estão no plano e estão coerentes.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; argumento adequado, mas com sustentação limitada.
a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta originalidade, mas concentra em uma única linha criativa.	8	Atendimento parcial, com limitações; na originalidade da solução e com pouca multiplicidade de interpretações.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; apresenta repetição da mesma lógica narrativa.
a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a linguagem adequada aos públicos, mas poderia destacar mais os benefícios da campanha.	8	Atendimento parcial, com ressalvas; as peças necessitam de maior clareza na sua demonstração.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta adequada linguagem, mas poderia ser mais precisa na adequação ao público e ao meio.

a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	8	Atendimento parcial, com limitações; as peças compatíveis com a verba, embora algumas dependam de melhor execução de mídia.	8	Atendimento parcial, com ressalvas; todas as peças apresentam coerência, mas sem aprofundamento de exequibilidade na ação.	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta demonstra peças adequadas, mas apresenta complexidade operacional na ação.
MÉDIA SUBQUESITO 3	9,00		8,33		8,83	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3 (MÉDIA X 2)	**18,00**		**16,67**		**17,67**	

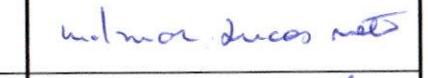
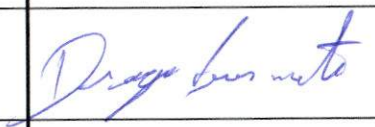
SUBQUESITO 4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA						
CRITÉRIOS	AVALIADOR 1 (WILMAR)		AVALIADOR 2 (DIOGO)		AVALIADOR 3 (LUCIENE)	
	NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA	NOTA	JUSTIFICATIVA
a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a estratégia está alinhada com os objetivos da campanha mas possui pouco detalhamento de ação.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a estratégia está adequada ao briefing, busca apresentar os motivos da campanha.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; algumas partes não ficaram tão claras em como se relacionam com mídia, público e canais.
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 adequada integração entre mídia e não mídia, mas possui pouco detalhamento de ação.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há inconsistência que interfere na questão da estratégia.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há necessidade de maior detalhamento maior apropriação dos hábitos de mídia e não mídia.
a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	10	Atendimento consistente; a proposta apresenta conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos.	10	Atendimento consistente; a proposta apresenta, além dos dados, o hábito de mídias que são utilizadas no plano.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a campanha apresenta coerência, mas não aprofunda o papel dos públicos e dos segmentos.
a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta apresenta, de forma muito básica, o uso dos recursos próprios.	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta se preocupou com os próprios e não impactam os cidadãos.	8	Atendimento parcial, com limitações; os recursos próprios ficam pouco articulados à sustentação da estratégia.
o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.	8	Atendimento parcial com limitações; necessita de maior esclarecimento em ação.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas no plano.	8	Atendimento parcial, com limitações; há coerência da proposta, mas com necessidade de explorar o custo operacional da ação.
MÉDIA SUBQUESITO 4	8,80		9,00		8,60	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4 (MÉDIA X 1)	**8,80**		**9,00**		**8,60**	

RESUMO			
CRITÉRIOS	AVALIADOR 1 (WILMAR)	AVALIADOR 2 (DIOGO)	AVALIADOR 3 (LUCIENE)
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1	4,50	4,50	4,50
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2	18,00	17,33	17,67

NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3	18,00	16,67	17,67
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4	8,80	9,00	8,60
NOTA FINAL POR AVALIADOR	**49,30**	**47,50**	**48,43**

NOTA FINAL DO LICITANTE NO QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	
NOTA FINAL DO QUESITO 1 (Média das notas finais dos avaliadores)	**48,41**

ASSINATURAS

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