AGÊNCIA 5 - PEDIU AQUI, GANHOU ALI

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;	10	Atendimento consistente; a proposta apresenta análise especifica da Prefeitura e da necessidade com bastante informação.	10	Atendimento consistente; a proposta compreendeu o desafio de aumentar a arrecadação e deixa explícito o tamanho.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; o texto dá informações superficiais.
a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta apresenta parcialmente os principais pontos relativos à necessidade de comunicação.	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta apresenta limitação dos aspectos relativos à necessidade de comunicação publicitária.	8	Atendimento parcial, com limitações; pouca apresentação dos aspectos relativos às 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	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta apresenta raciocínio com deficiência na consideração de todos os objetivos de comunicação.	8	Atendimento parcial, com limitações; o raciocínio apresentação deficiente, não deixou claro os desafios da comunicação.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há necessidade de maior detalhamento entender melhor os problemas da comunicação, objetivos e relações com os momentos narrativos.
MÉDIA SUBQUESITO 1	8,67		8,67		8,67	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1 (MÉDIA X 0,5)	**4,33**		**4,33**		**4,33**	

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; a proposta apresenta conceito alinhado aos desafios e objetivos da campanha.	10	Atendimento consistente; o conceito é adequado e funciona para a campanha.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há uma certa relação entre o conceito e a estratégia.
a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta argumentação bem estruturada, com redundância em pontos de defesa.	10	Atendimento consistente; defende o conceito de forma assertiva.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; defende o conceito, mas com longa elaboração teórica que prejudica o entendimento.
as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da contratante com seus públicos;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; o conceito permite interpretação relacionada ao benefício, mas de forma pouco imediata.	8	Atendimento parcial, com limitações; o conceito fala do benefício direto, mas há necessidade de maior detalhamento e demonstrar os demais benefícios.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; dificuldade de interpretar de forma clara a relação entre conceito e argumento.

a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta demonstra adequada consistência técnica, mas não aprofunda alguns pontos.	7	Atendimento limitado; a apresentação deixa deficiente a estratégia.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há bastante clareza estratégica, mas pouca demonstração técnica.
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 demonstra adequado conhecimento técnico, mas apresenta baixa evidenciação de forma mais detalhada em alguns elementos.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a proposta apresenta conhecimento da Prefeitura sobre a Prefeitura .	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta bem o desafio, mas o conceito poderia ser mais preciso.
a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.	7	Atendimento limitado; a estratégia apresenta certo nível de exequibilidade, mas possui dependência de algumas ações.	5	Baixo atendimento ao critério; prejudicada a exequibilidade da campanha.	7	Atendimento limitado; a proposta possui exequibilidade, porém com certa dependência de ações promocionais.
MÉDIA SUBQUESITO 2	8,83		8,33		8,67	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2 (MÉDIA X 2)	**17,67**		**16,67**		**17,33**	

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 campanha está compatível com a estratégia, mas muito básico.	8	Atendimento parcial, com limitações; o conceito está alinhado com o briefing, porém possui uma interpretação bastante simplória.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; as peças se apresentam, mas não fogem muito do básico, e isso deixa a criação menos ousada.
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 pertinente, mas poderia apresentar melhor vínculo com o benefício de forma imediata.	10	Atendimento consistente; a solução apresentada está muito aberta e se permite interpretação de 100%.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; aá pertinência é muito dependente do entendimento do que seria o cashback.
a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas.	7	Atendimento limitado; todas as peças estão identificadas com os meios, porém a aplicação está prejudicada.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; apresenta excesso de informação que prejudica como deveria ser formato proposto.
a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta baixa originalidade em algumas peças	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a campanha tem originalidade e diversidade de peças.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; ousadia criativa sem objetividade. Muito excesso.
a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	10	Atendimento consistente; as mensagens são claras e adequadas ao público-alvo.	10	Atendimento consistente; as peças estão de acordo com a clareza da campanha.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; adequada construção, porém com linguagem muito funcional e direta.

a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	7	Atendimento limitado; as peças compatíveis com a verba, mas a divulgação e execução demandam maior detalhamento.	5	Baixo atendimento ao critério; peças apresentam problemas nas aplicações.	7	Atendimento limitado; Há necessidade de maior detalhamento.
MÉDIA SUBQUESITO 3	8,83		8,33		8,67	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3 (MÉDIA X 2)	**17,67**		**16,67**		**17,33**	

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;	8	Atendimento parcial, com limitações; a estratégia alinhada aos objetivos, mas com valores que podem não ser adequados.	7	Atendimento limitado; a estratégia está adequada porém a estratégia é pouco adequada	8	Atendimento parcial, com limitações; parte das ações trabalha o tema.
a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	6	Atendimento limitado; define estratégia aparentemente coerente, mas com baixa demonstração de articulação.	5	Baixo atendimento ao critério; alta limitação estratégica da campanha.	6	Atendimento limitado; há necessidade de maior detalhamento de articulação explícita entre estratégia e tática.
a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	9	Atendimento satisfatório com ressalvas; a proposta demonstra conhecimento limitados dos hábitos de consumo dos públicos.	7	Atendimento limitado; a proposta não apresenta os dados e hábitos de mídia.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; fato muito acadêmico dos hábitos de consumo, mas sem demonstrar tanto assim aplicação prática aos canais.
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; a proposta utilização de recursos próprios aparece, mas sem aprofundamento suficiente.	10	Atendimento consistente; a proposta apresentou um mapa de evolução da mídia e não mídia.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; mesmo apresentando recursos próprios, poderia ser mais conectado com os objetivos de comunicação.
o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.	4	Baixo atendimento ao critério; a economicidade fica prejudicada pela utilização de valores/ações que podem não ser adequados aos objetivos.	6	Atendimento limitado; a proposta apresenta adequada cobertura, mas o possui valores que não estão adequados.	5	Baixo atendimento ao critério; valores apresentados podem não estar adequado.
MÉDIA SUBQUESITO 4	7,20		7,00		7,40	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4 (MÉDIA X 1)	**7,20**		**7,00**		**7,40**	

RESUMO

CRITÉRIOS	AVALIADOR 1 (WILMAR)	AVALIADOR 2 (DIOGO)	AVALIADOR 3 (LUCIENE)
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1	4,33	4,33	4,33
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2	17,67	16,67	17,33
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3	17,67	16,67	17,33
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4	7,20	7,00	7,40
NOTA FINAL POR AVALIADOR	**46,87**	**44,67**	**46,40**

NOTA FINAL DO LICITANTE NO QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	
NOTA FINAL DO QUESITO 1 (Média das notas finais dos avaliadores)	**45,98**

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	