AGÊNCIA 6 - O BENEFICIO VAI PARA CIDADE. O DINHEIRO VOLTA 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;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta análise consistente das características do município de forma limitada.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta motiva o aumento da arrecadação, mas não deixando evidente o quanto necessário.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a análise apresenta soluções e indicações relacionadas ao município faltando aprofundamento.
a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta identifica as necessidades, mas com abordagem muito generalista em relação à comunicação.	7	Atendimento limitado; ficou claro que apresenta baixa evidenciação da necessidade de comunicação específica.	8	Atendimento parcial, com limitações; há necessidade de maior detalhamento e desenvolver melhor o diagnóstico.
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 demonstra compreensão do desafio de comunicação e dos objetivo, mas falta clareza.	7	Atendimento limitado; há menor clareza quanto aos desafios da comunicação.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; tem consistência, mas é limitada com uma indicação genérica dos objetivos de comunicação.
MÉDIA SUBQUESITO 1	8,67		7,67		8,67	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1 (MÉDIA X 0,5)	**4,33**		**3,83**		**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	8	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta conceito confuso.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que o conceito é adequado e funciona bem atendendo aos objetivos.	8	Atendimento parcial, com limitações; limita parcialmente o potencial do conceito proposto.
a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	8	Atendimento parcial, com limitações; argumentação limita a coerência.	10	Atendimento consistente; a proposta apresenta conceito definido bem.	8	Atendimento parcial, com limitações; ainda que apresente uma argumentação, a argumentação permanece um pouco genérica.
as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da contratante com seus públicos;	8	Atendimento parcial, com limitações; a relação entre conceito e benefício existe, mas poderia ter melhor entendimento.	8	Atendimento parcial; a proposta não demonstrou os benefícios direto e indireto definido no briefing.	8	Atendimento parcial, com limitações; a relação entre conceito e benefício existe, mas poderia ser mais clara e mais conectada.
a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta apresenta argumentação que pouco se conecta aos objetivos de comunicação.	8	Atendimento parcial, com limitações; técnica conceitual precisa de maior aprofundamento.	7	Atendimento limitado; a estratégia soa genérica e pouco conectada aos objetivos.

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 da Prefeitura, mas a ligação com os objetivos merece maior detalhamento.	7	Atendimento limitado; há necessidade de maior detalhamento conhecimento sobre a Prefeitura e seus objetivos.	8	Atendimento parcial, com limitações; a estratégia mostra algum conhecimento da Prefeitura, mas pouco específico.
a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.	7	Atendimento limitado; a estratégia é viável, porém com fragilidade na demonstração de exequibilidade e relação de meios.	6	Baixo atendimento ao critério; a proposta apresentado parcialmente na sua exequibilidade.	8	Atendimento parcial, com limitações; a solução parece adequada, porém não detalha muito as ações da campanha.
MÉDIA SUBQUESITO 2	8,00		8,17		7,83	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2 (MÉDIA X 2)	**16,00**		**16,33**		**15,67**	

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; a campanha mantém alinhamento com a estratégia, mas a solução criativa poderia ser mais consistente.	7	Atendimento limitado; a ideia criativa está de acordo, porém não agrega grandes recursos à campanha.	8	Atendimento parcial, com limitações; as peças com leitura diferente, pouco alinhada com a estratégia de comunicação.
a pertinência da solução criativa com a natureza da contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	8	Atendimento parcial, com limitações; a solução pouco responde ao desafio proposto.	7	Atendimento limitado; a proposta não conseguiu apresentar um benefício ao cidadão.	7	Atendimento limitado; a solução criativa não apresenta ideias adequadas.
a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; as peças são compatíveis com os formatos e meios, embora possam ser mais exploradas.	7	Atendimento limitado; todas as peças estão identificadas, porém faltam para dar clareza e criatividade.	8	Atendimento parcial, com limitações; uma parte importante das peças mantém a mesma lógica e abordagem, reduzindo a força criativa.
a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta apresenta baixa originalidade, e baixa diferenciação.	7	Atendimento limitado; a solução criativa não trouxe diferencial criativo.	8	Atendimento parcial, com limitações; a repetição funcional prejudica a multiplicidade e a riqueza da ideia.
a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	8	Atendimento parcial, com limitações; mensagens são claras, mas poderiam trazer mais precisão e adequação ao público.	7	Atendimento limitado; as peças não demonstram uma estratégia clara para a campanha.	8	Atendimento parcial, com limitações; o excesso de informação prejudica a clareza da mensagem.
a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	8	Atendimento parcial, com limitações; as peças pareecem compatíveis com a verba, mas com entregas obrigatórias que dificultam a clareza.	6	Baixo atendimento ao critério; as peças minimamente apresentadas, porém sem demonstrar sua aplicação prática.	8	Atendimento parcial, com limitações; as peças adequadas, porém com entregas pouco claras para entendimento de conjunto.
MÉDIA SUBQUESITO 3	8,33		6,83		7,83	

NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3 (MÉDIA X 2)	**16,67**	**13,67**	**15,67**

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;	7	Atendimento limitado; os meios selecionados são compatíveis, mas há necessidade de maior detalhamento melhor articulação entre mídia, estratégia e públicos.	5	Baixo atendimento ao critério; peca pela deficiência no plano, não permitindo uma avaliação técnica adequada.	7	Atendimento limitado; há necessidade de aprofundamento de informações pertinentes.
a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	5	Baixo atendimento ao critério; a proposta apresenta baixa consistência na proposição e na defesa da estratégia.	5	Baixo atendimento ao critério; peca pela deficiência no plano, não permitindo uma avaliação técnica adequada.	7	Atendimento limitado; exige maior aprofundamento e consistência para demonstrar melhor a relação entre estratégia, tática e mídia.
a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	7	Atendimento limitado; a proposta demonstra baixo conhecimento dos hábitos de consumo.	6	Baixo insuficiente; peca pela deficiência no plano, não permitindo uma avaliação técnica adequada.	7	Atendimento limitado; a proposta apresenta entendimento limitado dos hábitos.
a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;	7	Atendimento limitado; os recursos próprios são usados, porém de forma pouco integrada à estratégia.	5	Baixo atendimento ao critério; peca pela deficiência no plano, não permitindo uma avaliação técnica adequada.	7	Atendimento limitado; a ação em recursos próprios não mostra todo o potencial e não como resultado estratégico.
o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.	5	Baixo atendimento ao critério; a economicidade fica prejudicada pela fragilidade na demonstração dos parâmetros de cobertura e frequência.	5	Baixo atendimento ao critério; peca pela deficiência no plano, não permitindo uma avaliação técnica adequada.	5	Baixo atendimento ao critério; o grau de eficiência e economicidade fica prejudicado pela fragilidade de articulação do plano.
MÉDIA SUBQUESITO 4	6,20		5,20		6,60	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4 (MÉDIA X 1)	**6,20**		**5,20**		**6,60**	

RESUMO			
CRITÉRIOS	AVALIADOR 1 (WILMAR)	AVALIADOR 2 (DIOGO)	AVALIADOR 3 (LUCIENE)
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1	4,33	3,83	4,33
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2	16,00	16,33	15,67
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3	16,67	13,67	15,67
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4	6,20	5,20	6,60
NOTA FINAL POR AVALIADOR	**43,20**	**39,03**	**42,27**

NOTA FINAL DO LICITANTE NO QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	
NOTA FINAL DO QUESITO 1 (Média das notas finais dos avaliadores)	**41,50**

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