AGÊNCIA 8 - PEDE A NOTA, QUE TEM VANTAGEM DE VOLTA

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; elevada análise apresentada com dados relevantes.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta entendeu a necessidade da Prefeitura em aumentar a arrecadação, sem demonstrar o quanto.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; embora pontue o texto econômico, contexto e especificidades, poderia aplicar melhor ao desafio da comunicação.
a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta os principais aspectos da necessidade de comunicação sem muita contextualização.	10	Atendimento consistente; a proposta apresentou os aspectos relativos à necessidade de comunicação.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; adequada leitura parcial dos desafios 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; a proposta demonstra entendimento parcial do desafio e dos objetivos de comunicação.	10	Atendimento consistente; o raciocínio apresentado definiu bem o conceito do briefing.	8	Atendimento parcial, com limitações; o texto estrutura o raciocínio de forma limitada.
MÉDIA SUBQUESITO 1	9,33		9,67		8,67	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1 (MÉDIA X 0,5)	**4,67**		**4,83**		**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	10	Atendimento consistente; o conceito adequado ao desafio e aos objetivos de comunicação.	10	Atendimento consistente; o conceito é adequado e atende aos objetivos da campanha.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; ideia adequada, mas pouco forte na relação com cashback.
a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a proposta apresenta defesa bastante consistente e fundamentada.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a proposta consegue defender bem a escolha do conceito.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a defesa do conceito apresenta consistência, mas poderia aprofundar melhor seu vínculo com o objetivo.
as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da contratante com seus públicos;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta permite interpretação positiva limitada.	8	Atendimento parcial, com limitações; o conceito demonstra benefício direto, mas não demonstra o indireto do briefing.	8	Atendimento parcial, com limitações; há necessidade de maior detalhamento argumentação mais forte para vincular conceito ao benefício.

a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	10	Atendimento consistente; a estratégia tecnicamente muito consistente.	10	Atendimento consistente; a estratégia demonstra boa execução.	8	Atendimento parcial, com limitações; poderia apresentar melhor consistência técnica.
a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a proposta demonstra excelente conhecimento da contratante e dos objetivos.	10	Atendimento consistente; a proposta mostra conhecimento da Prefeitura e seus desafios.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta adequado conhecimento da contratante, mas poderia conectar melhor com o desafio.
a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.	10	Atendimento consistente; a estratégia plenamente compatível com a verba	10	Atendimento consistente; a estratégia exequível com alto nível de excelência.	8	Atendimento parcial, com limitações; a exequibilidade é viável, mas a execução poderia ser mais precisa e detalhada.
MÉDIA SUBQUESITO 2	9,83		9,67		8,50	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2 (MÉDIA X 2)	**19,67**		**19,33**		**17,00**	

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; as peças refletem corretamente o conceito, mas poderiam ter mais impacto visual.	10	Atendimento consistente; a ideia criativa está de acordo com a estratégia.	8	Atendimento parcial, com limitações; a campanha está alinhada de forma pouco criativa.
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 adequada ao desafio, mas sem grande diferenciação.	8	Atendimento parcial, com limitações; solução criativa com baixa pertinência.	8	Atendimento parcial, com limitações; pouca inovação visual e solução criativa ainda muito baseada em formatos tradicionais.
a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	10	Atendimento consistente; a proposta apresenta elevada adequação aos formatos e meios.	10	Atendimento consistente; todas as peças são plenamente compatíveis.	8	Atendimento parcial, com limitações; mesmo correta, a campanha poderia explorar mais diversidade e multiplicidade.
a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	8	Atendimento parcial, com limitações; a ideia interessante, mas poderia trazer mais originalidade e melhor solução visual.	8	Atendimento parcial, com limitações; a marca fica pecada.	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta apresenta baixa evidenciação de grande diferença criativa, mantendo uma linha segura e previsível.
a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	8	Atendimento parcial, com limitações; as peças adequadas, mas a clareza da marca poderia ser melhorada.	7	Atendimento limitado; marca das peças fica prejudicada junto com o texto.	8	Atendimento parcial, com limitações; há clareza, mas a linguagem é pouco memorável.
a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	10	Atendimento consistente; as peças plenamente compatíveis com a verba e os formatos previstos.	10	Atendimento consistente; todas as peças contemplam estratégia e demonstram sua exequibilidade.	8	Atendimento parcial, com limitações; o conjunto é adequado, mas poderia amarrar melhor a execução.

MÉDIA SUBQUESITO 3	9,00	8,83	8,00
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3 (MÉDIA X 2)	**18,00**	**17,67**	**16,00**

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 consistentemente adequada ao desafio e aos objetivos, mas com limitação na relação entre os meios.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a estratégia está adequada ao estabelecido no briefing.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a estratégia está bem relacionada ao conceito, mas poderia detalhar melhor o papel de cada meio.
a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que o planejamento é detalhado e bastante fundamentado.	10	Atendimento consistente; não se observam inconsistências com potencial de comprometer o resultado.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; poderia ter melhor fundamentação técnica.
a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	10	Atendimento consistente; dados de hábito de consumo muito consistente.	10	Atendimento consistente; a defesa apresenta os dados e os hábitos de consumo.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta demonstra conhecimento dos hábitos de consumo, mas poderia ser melhor explicado.
a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;	10	Atendimento consistente; a proposta tem utilização muito consistente dos recursos próprios de comunicação.	10	Atendimento consistente; atende perfeitamente ao que está previsto no briefing.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; os recursos próprios aparecem, mas poderiam ter mais peso dentro 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.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia elevada relação entre investimento, cobertura e frequência.	10	Atendimento consistente; o plano está bem estruturado e dividido na verba de mídia e não mídia.	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta mostra economicidade, mas poderia demonstrar melhor certos parâmetros.
MÉDIA SUBQUESITO 4	9,80		10,00		8,80	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4 (MÉDIA X 1)	**9,80**		**10,00**		**8,80**	

RESUMO

CRITÉRIOS	AVALIADOR 1 (WILMAR)	AVALIADOR 2 (DIOGO)	AVALIADOR 3 (LUCIENE)
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1	4,67	4,83	4,33
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2	19,67	19,33	17,00
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3	18,00	17,67	16,00
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4	9,80	10,00	8,80
NOTA FINAL POR AVALIADOR	**52,13**	**51,83**	**46,13**

NOTA FINAL DO LICITANTE NO QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	
NOTA FINAL DO QUESITO 1 (Média das notas finais dos avaliadores)	**50,03**

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