AGÊNCIA 9 - NOTA CUIABANA. CASHBACK TODO DIA! PRÊMIOS TODO MÊS!

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 amplo conhecimento da Prefeitura e sua atuação, mas poderia demonstrar melhor o contexto fiscal.	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta entende o objetivo da campanha de forma limitada.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a análise é uma especie de narrativa administrativa, menos analísitca do contexto de atuação.
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 de divulgação do cashback/Nota Cuiabana, mas não explora as dificuldades identificadas.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a proposta apresenta os aspectos relativos à necessidade de comunicação.	8	Atendimento parcial, com limitações; fala um pouco genérica, não cita as barreiras, necessidade, dificuldades práticas identificadas.
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 de forma limitada os objetivos de comunicação.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a proposta apresenta conexão clara do objetivo da comunicação.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a análise apresentada necessidade de maior detalhamento e objetividade, em alguns pontos repete o desafio central.
MÉDIA SUBQUESITO 1	8,67		9,33		8,67	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1 (MÉDIA X 0,5)	**4,33**		**4,67**		**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	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; conceito extrapola o nível promocional	10	Atendimento consistente; o conceito é adequado e atende o briefing da campanha.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; em alguns momentos o conceito fica muito promocional/comercial e menos campanha institucional.
a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; defesa do conceito apresenta argumentação que poderia ser mais consistente.	10	Atendimento consistente; a proposta consegue explicar bem a defesa do conceito.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; argumentação parece mais decorativa do que estratégica/repetitiva e sem estratégia na defesa temática.
as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da contratante com seus públicos;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; conceito em nivel promocional elevado que prejudica a imagem institucional	10	Atendimento consistente; a proposta consegue demonstrar os benefícios direto e indireto para a população.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; apresenta mais uma publicidade varejista, deixando comunicação centrada no entretenimento.

a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a construção estratégica mostra pontos centrais que poderiam ser melhor explorados.	8	Atendimento parcial com limitações; a estratégia não faz descrição necessária dos pontos centrais.	8	Atendimento parcial, com limitações; há excesso de volume operacional na proposta.
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 estratégia não articula plenamente as informações sobre a Prefeitura, o desafio e os objetivos de comunicação.	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta demonstra conhecimento da Prefeitura com baixa relação com os desafios e objetivos.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; em alguns pontos a estratégia parece promocional de cunho comercial e menos profundidade educativa de política pública.
a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.	9	Atendimento consistente; a estratégia proposta mostra compatibilidade com a verba referencial, mas exige melhor argumentação.	8	Atendimento parcial, com limitações; a estratégia é viável, mas ficou pouco descrita a sua aplicação.	8	Atendimento parcial, com limitações; há alto volume operacional que necessitam de melhor explicação.
MÉDIA SUBQUESITO 2	9,00		9,00		8,67	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2 (MÉDIA X 2)	**18,00**		**18,00**		**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;	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que as peças mantêm alinhamento com a estratégia apresentada.	10	Atendimento consistente; a ideia criativa está de acordo com a estratégia apresentada.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; o alinhamento é repetitivo com pouca variação criativa das peças.
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; solução criativa apresenta cunho muito promocional.	8	Atendimento parcial, com limitações; a ideia criativa é apenas regular.	8	Atendimento parcial, com limitações; a campanha se aproxima de mais de promoção varejista comercial.
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 compatíveis com os meios e formatos propostos.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que todas as peças são compatíveis.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há um número elevado de peças semelhantes o que reduz a diferenciação criativa dos meios.
a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta apresenta adequada aplicação do conceito, mas de forma pouco original e com abordagem muito promocional.	7	Atendimento insuficiente; a proposta apresentou uma campanha de varejo.	8	Atendimento parcial, com limitações; baixa originalidade criativa.
a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	8	Atendimento parcial, com limitações; as mensagens são claras e compreensíveis com excesso de texto e cunho promocional.	8	Atendimento parcial, com limitações; as peças têm clareza na mensagem, mas o formato apresentado pode impactar no desempenho.	8	Atendimento parcial com limitações; alguns excessos de texto e slogan comprometem a função da mensagem.

a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	9	Atendimento consistente; as peças propostas são compatíveis com a verba referencial, mas exige melhor argumentação.	10	Atendimento consistente; todas as peças contemplam a estratégia e demonstram sua exequibilidade.	8	Atendimento parcial, com limitações; o volume de peças é alto pode gerar pressão operacional comprometendo a execução.
MÉDIA SUBQUESITO 3	8,83		8,83		8,33	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3 (MÉDIA X 2)	**17,67**		**17,67**		**16,67**	

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;	10	Atendimento consistente; a estratégia é adequada aos desafios e objetivos de comunicação.	10	Atendimento consistente; a estratégia está adequada ao estabelecido no briefing.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; o excesso de pulverização de formatos e plataformas pode perder a concentração estratégica.
a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; estratégia e plano de mídia têm defesa adequada, com limitação argumentativa.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que não se observam inconsistências com potencial de comprometer o resultado.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; repetição argumentativa da defesa e ausência de aprofundamento preciso de indicadores.
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 dos hábitos de consumo, mas com poucas diferenciações entre os segmentos.	8	Atendimento parcial, com limitações; a contratante se baseia no hábito de consumo geral sem qualificar que o público-alvo é local.	8	Atendimento parcial, com limitações; focou no embasamento nacional e não explora hábitos regionais de Cuiabá.
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; a proposta utiliza os recursos próprios de comunicação de forma apenas complementar.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a proposta apresenta proposta separada de recursos próprios.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; os recursos próprios aparecem como complemento, sem relação clara com os canais institucionais.
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 que a proposta demonstra distribuição de verba equilibrada entre os meios.	10	Atendimento consistente; o plano está bem estruturado.	8	Atendimento parcial, com limitações; o excesso de canais e muitos formato reduz a eficiência da campanha.
MÉDIA SUBQUESITO 4	9,40		9,60		8,60	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4 (MÉDIA X 1)	**9,40**		**9,60**		**8,60**	

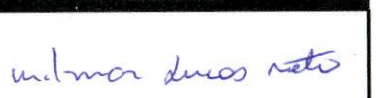
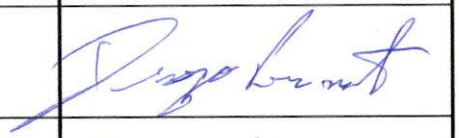
RESUMO

CRITÉRIOS	AVALIADOR 1 (WILMAR)	AVALIADOR 2 (DIOGO)	AVALIADOR 3 (LUCIENE)
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1	4,33	4,67	4,33

NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2	18,00	18,00	17,33
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3	17,67	17,67	16,67
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4	9,40	9,60	8,60
NOTA FINAL POR AVALIADOR	**49,40**	**49,93**	**46,93**

NOTA FINAL DO LICITANTE NO QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	
NOTA FINAL DO QUESITO 1 (Média das notas finais dos avaliadores)	**48,76**

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	