AGÊNCIA 10 - PEDE A NOTA QUE O DESCONTO VÊM. NOTA CUIABANA. AGORA COM CASHBACK. DÁ PRÊMIOS E DÁ DESCONTO!

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 demonstra conhecimento que poderiam ser melhor explorados.	10	Atendimento consistente; a proposta entende o motivo de aumentar a arrecadação.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; o excesso de contextualização em contexto amplo, especificidades pouco conectadas com o desafio de comunicação.
a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta não identifica adequadamente os aspectos relevantes.	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta apresenta menor clareza quanto a necessidade de comunicação.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; não aprofunda de forma mais detalhada as necessidades de comunicação da proposta.
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 não demonstra compreensão adequada do desafio de comunicação e dos objetivos.	8	Atendimento parcial, com limitações; o raciocínio tem aderência ao briefing mas apresenta menor clareza.	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta limita a compreensão do desafio de comunicação e dos objetivos.
MÉDIA SUBQUESITO 1	9,00		8,67		8,67	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1 (MÉDIA X 0,5)	**4,50**		**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; O registro evidencia que o conceito se relaciona diretamente ao universo da Nota Cuiabana e ao.	10	Atendimento consistente; o conceito é adequado e funciona bem atendendo ao briefing.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a adequação do tema não se relaciona muito com os desafios e objetivos do programa, ainda que bem defendido.
a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	10	Atendimento consistente; a defesa do conceito é consistente e demonstra domínio da proposta.	10	Atendimento consistente; a proposta consegue defender bem as escolhas do conceito.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; exige maior detalhamento estratégico e clareza de comunicação.
as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da contratante com seus públicos;	10	Atendimento consistente; o conceito permite associação positiva ao benefício do programa.	8	Atendimento parcial, com limitações; o conceito fala do benefício direto para a população mas não tem nenhuma peça que fale do benefício indireto.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; percepções positivas comprometida com o conceito proposto.

a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a estratégia mostra adequada consistência, mas poderia detalhar melhor alguns pontos.	7	Atendimento limitado; a estratégia está bem construída porém nenhuma peça mostra o mecanismo do programa.	8	Atendimento parcial, com limitações; há necessidade de maior detalhamento para construir a proposta estratégica de forma mais clara.
a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	8	Atendimento parcial, com limitações; exige maior aprofundamento o conhecimento da contratante e do desafio de comunicação.	7	Atendimento limitado; a agencia mostra conhecimento da prefeitura mas falha nos objetivos de comunicação.	8	Atendimento parcial, com limitações; explorou de forma razoável o conhecimento da contratante e do desafio de comunicação.
a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.	5	Baixo atendimento ao critério; baixa legibilidade dos parâmetros compromete análise completa e exequibilidade da estratégia.	5	Baixo atendimento ao critério; estratégia parece viável, mas difícil confirmar se não há legibilidade completa dos parâmetros.	5	Baixo atendimento ao critério; legibilidade ruim dos parâmetros prejudicam análise total quanto a exequibilidade.
MÉDIA SUBQUESITO 2	8,67		7,83		8,00	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2 (MÉDIA X 2)	**17,33**		**15,67**		**16,00**	

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;	6	Atendimento insuficiente; relação das peças com a estratégia não é plenamente demonstrada, dificultando a compreensão.	8	Atendimento parcial, com limitações; o conceito é adequado mas há necessidade de maior detalhamento que explique.	8	Atendimento parcial, com limitações; apresenta necessidade de maior detalhamento.
a pertinência da solução criativa com a natureza da contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	7	Atendimento limitado; solução criativa proposta que pouco atende os desafios e objetivos de comunicação.	5	Baixo atendimento ao critério; a proposta apresenta uma solução criativa que não atinge os desafios.	7	Atendimento limitado; pouca inovação criativa, com baixa originalidade.
a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; as peças apresenta compatibilidade com os formatos e meios, mas há dúvida quanto ao funcionamento.	8	Atendimento parcial, com limitações; peças apresentadas apresentam limitação quanto a sua funcionalidade em seus formatos.	8	Atendimento parcial, com limitações; a execução criativa deixa dúvidas sobre como as peças funcionam em conjunto.
a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	7	Atendimento limitado; solução criativa pouco original e sem diferenciação suficiente.	6	Atendimento insuficiente; pouco original e lembrando campanha de milhas de cartão de crédito.	8	Atendimento parcial, com limitações; há necessidade de maior detalhamento e multiplicidade da solução criativa, baixa amplitude.
a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	8	Atendimento parcial, com limitações; as mensagens são claras, mas poderiam ter maior adequação ao público.	6	Atendimento insuficiente; a mensagem não fica clara do funcionamento do programa.	8	Atendimento parcial, com limitações; maior construção visual e linguagem com certa coerência, mas pouca profundidade.

a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	5	Baixo atendimento ao critério; baixa legibilidade dos parâmetros compromete análise completa e exequibilidade da solução criativa.	5	Baixo atendimento ao critério; solução criativa parece viável, mas dificil confirmar se não há legibilidade completa dos parâmetros.	5	Baixo atendimento ao critério; legibilidade ruim dos parâmetros prejudicam análise total quanto a exequibilidade.
MÉDIA SUBQUESITO 3	7,00		6,33		7,33	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3 (MÉDIA X 2)	**14,00**		**12,67**		**14,67**	

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;	5	Baixo atendimento ao critério; a estratégia de mídia e não mídia está alinhada com a campanha, mas sem detalhamento suficiente do plano.	5	Baixo atendimento ao critério; não há legibilidade completa dos parâmetros.	5	Baixo atendimento ao critério; faltam argumentos e demonstração técnica.
a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	7	Atendimento limitado; tática e estratégia parecem adequadas, mas poderiam estar mais bem articuladas.	5	Baixo atendimento ao critério; mantém a limitação indicada.	7	Atendimento limitado; há necessidade de maior detalhamento defesa técnica da proposição e dos canais, com pouca articulação estratégica.
a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	7	Atendimento limitado; demonstra conhecimento dos hábitos de consumo de forma superficial	5	Baixo atendimento ao critério; mantém a limitação indicada.	7	Atendimento limitado; há necessidade de maior detalhamento melhor conexão com os hábitos de consumo e com os públicos-alvo.
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; a proposta utiliza os recursos próprios de comunicação de forma pouco estratégica.	5	Baixo atendimento ao critério; mantém a limitação indicada.	7	Atendimento limitado; há necessidade de maior detalhamento técnico e maior articulação entre mídia, não mídia e recursos próprios.
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; o grau de eficiência/economicidade não fica claramente demonstrado, pois a baixa legibilidade dos parâmetros compromete análise completa.	5	Baixo atendimento ao critério; dificil confirmar eficiência e economicidade se não há legibilidade completa dos parâmetros.	5	Baixo atendimento ao critério; o grau de eficiência e economicidade fica prejudicado pela legibilidade ruim dos parâmetros.
MÉDIA SUBQUESITO 4	6,20		5,00		6,20	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4 (MÉDIA X 1)	**6,20**		**5,00**		**6,20**	

RESUMO

CRITÉRIOS	AVALIADOR 1 (WILMAR)	AVALIADOR 2 (DIOGO)	AVALIADOR 3 (LUCIENE)
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1	4,50	4,33	4,33

NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2	17,33	15,67	16,00
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3	14,00	12,67	14,67
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4	6,20	5,00	6,20
NOTA FINAL POR AVALIADOR	**42,03**	**37,67**	**41,20**

NOTA FINAL DO LICITANTE NO QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	
NOTA FINAL DO QUESITO 1 (Média das notas finais dos avaliadores)	**40,30**

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