AGÊNCIA 11 - NOTA CUIABANA COM CASHBACK. É DINDIN QUE 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;	10	Atendimento consistente; a proposta apresenta dados e informações que demonstram conhecimento do contexto.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta entende a necessidade de aumentar a arrecadação, mas não diz como.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; limitado reconhecimento dos elementos específicos do bloco previsto.
a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas	8	Atendimento parcial, com limitações; apresenta pouco aprofundamento no tema cashback.	8	Atendimento parcial, com limitações; há pouco aprofundamento nos aspectos.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; exige maior aprofundamento de alguns pontos 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; apresenta pouco aprofundamento no tema cashback.	10	Atendimento consistente; contempla o entendimento do briefing.	8	Atendimento parcial, com limitações; há necessidade de maior detalhamento para articular os objetivos de comunicação com metas estratégicas.
MÉDIA SUBQUESITO 1	8,67		9,00		8,67	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1 (MÉDIA X 0,5)	**4,33**		**4,50**		**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 partido temático e o conceito estão diretamente alinhados ao desafio e aos objetivos de comunicação.	10	Atendimento consistente; o conceito se mostra adequado à campanha.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; exige maior aprofundamento do ponto de vista estratégico.
a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	10	Atendimento consistente; defesa argumentativa da estratégia consistentemente estruturada.	10	Atendimento consistente; a proposta consegue explicar a escolha do conceito.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há necessidade de maior detalhamento para esclarecer melhor como a argumentação reforça o conceito.
as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da contratante com seus públicos;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; o conceito permite associações positivas relacionadas ao benefício do programa, mas limita ao benefício individual.	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta explora o benefício direto, mas necessita apresentar o indireto.	8	Atendimento parcial, com limitações; o conceito pode demonstrar interpretação positiva de forma limitada.

a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; adequada consistência dos pontos centrais da estratégia com necessidade de maior fundamentação.	10	Atendimento consistente; a estratégia está bem construída.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há necessidade de maior detalhamento e aprofundamento técnico.
a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	10	Atendimento consistente; a proposta apresenta domínio adequado da contratante, do desafio e dos objetivos de comunicação.	10	Atendimento consistente; a proposta mostra conhecimento da Prefeitura, dos seus problemas e dos desafios.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há necessidade de maior detalhamento para ampliar o conhecimento demonstrado sobre o programa e os objetivos.
a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.	10	Atendimento consistente; a estratégia se mostra compatível com a verba referencial.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a estratégia é viável e de excelente execução.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta não aprofunda a execução, mas mantém uma lógica viável.
MÉDIA SUBQUESITO 2	9,67		9,67		8,83	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2 (MÉDIA X 2)	**19,33**		**19,33**		**17,67**	

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;	10	Atendimento consistente; as peças mantêm alinhamento com a estratégia de comunicação.	10	Atendimento consistente; a ideia criativa está de acordo com a estratégia.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a linguagem apresentada como principal funciona, mas poderia explorar melhor o conceito.
a pertinência da solução criativa com a natureza da contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	10	Atendimento consistente; a solução criativa responde ao desafio proposto e ao benefício institucional.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a ideia se utiliza do personagem no centro da mensagem.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a solução criativa está adequada, mas ainda depende muito de uma explicação da estratégia.
a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a proposta apresenta elevada adequação aos meios e formatos.	10	Atendimento consistente; todas as peças estão no plano e têm adequada leitura.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; as peças e formatos bem apresentados, com coerência entre canais e objetivos.
a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta uma originalidade funcional, mas poderia ser melhor explorado.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a campanha tem originalidade apenas suficiente.	8	Atendimento parcial, com limitações; a originalidade aparece em alguns elementos, mas poderia ter maior multiplicidade.
a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	10	Atendimento consistente; as peças apresentam linguagem clara, objetiva e afetiva.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que as peças estão bem construídas e claras.	8	Atendimento parcial, com limitações; adequada construção de linguagem, porém com pouca exploração criativa do conceito.

a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	10	Atendimento consistente; as peças apresentam total adequação com a verba referencial.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que todas as peças contemplam a estratégia e demonstram sua exequibilidade.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; o conjunto das peças parece exequível e compatível com a verba, mas necessita de detalhamento.
MÉDIA SUBQUESITO 3	9,83		9,67		8,67	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3 (MÉDIA X 2)	**19,67**		**19,33**		**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;	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a proposta apresenta adequada integração de mídia e não mídia aos objetivos.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a estratégia está adequada, mas poderia ser melhor explorada.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; argumentação adequada, mas pouco clara sobre a função dos meios.
a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a estratégia e tática articuladas com adequada consistência.	10	Atendimento consistente; não se observam inconsistências com potencial de comprometer o resultado.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; metas e táticas funcionam, mas poderiam ser mais claramente associadas aos públicos e objetivos.
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 poderia explorar melhor os dados locais.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a defesa apresentou os dados e os hábitos de mídia.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; foco no conhecimento dos hábitos de consumo geral.
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; os recursos próprios estão bem articulados na estratégia, como função complementar.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; o plano está bem defendido e apresenta os próprios canais e recursos, com coerência de forma mais complementar.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; recurso próprio aparece, mas poderia estar mais integrado ao planejamento estratégico.
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 apresenta eficiência e economicidade.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que o plano está bem estruturado.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; adequada demonstração de cobertura, frequência e economicidade.
MÉDIA SUBQUESITO 4	9,60		9,60		9,00	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4 (MÉDIA X 1)	**9,60**		**9,60**		**9,00**	

RESUMO

CRITÉRIOS	AVALIADOR 1 (WILMAR)	AVALIADOR 2 (DIOGO)	AVALIADOR 3 (LUCIENE)
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1	4,33	4,50	4,33
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2	19,33	19,33	17,67

NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3	19,67	19,33	17,33
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4	9,60	9,60	9,00
NOTA FINAL POR AVALIADOR	**52,93**	**52,77**	**48,33**

NOTA FINAL DO LICITANTE NO QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	
NOTA FINAL DO QUESITO 1 (Média das notas finais dos avaliadores)	**51,34**

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