AGÊNCIA 12 - PEÇA NOTA CUIABANA. O CASHBACK JÁ CHEGOU!

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 insuficiente das características e especificidades da contratante, incluindo sua necessidade de arrecadação.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta entende a necessidade da Prefeitura em aumentar a arrecadação, mas sem dizer o quanto.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; pouco aprofundamento em características gerais, especificidades e compreensão do contexto.
a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta identifica os principais aspectos da necessidade de comunicação sem aprofundamento necessário.	10	Atendimento consistente; a proposta apresenta os aspectos relativos à necessidade de comunicação.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresentação do diagnóstico precisa ir para além da identificação de questões metodológicas.
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	10	Atendimento consistente; compreende integralmente o desafio e os objetivos do briefing.	10	Atendimento consistente; o raciocínio apresentado demonstra compreensão do desafio de comunicação e entendimento do briefing.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; pouco aprofundamento e linguagem genérica dificultam o entendimento das necessidades do desafio.
MÉDIA SUBQUESITO 1	9,33		9,67		9,00	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1 (MÉDIA X 0,5)	**4,67**		**4,83**		**4,50**	

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 é adequado à campanha e aos objetivos propostos.	10	Atendimento consistente; o conceito se mostra adequado à campanha.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta nível moderado de adequação, mas argumento pouco desenvolvido.
a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta argumentação consistente da escolha da campanha, mas com fundamentação que poderia ser melhor executada.	10	Atendimento consistente; a proposta consegue defender bem a escolha do conceito.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há argumentação sugestiva, mas com lacunas na explicação e articulação do conceito.
as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da contratante com seus públicos;	8	Atendimento parcial, com limitações; as interpretações positivas existem, mas a relação com o benefício é muito limitada.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; o conceito demonstra benefício direto, apesar de não deixar claro o benefício indireto.	8	Atendimento parcial, com limitações; percepção positiva insuficiente.

a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	8	Atendimento parcial, com limitações; pontos centrais com limitação de argumentos.	6	Atendimento insuficiente; a estratégia tem baixa consistência técnica.	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta não aprofunda muito a estratégia, embora mantenha coerência com o desafio.
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; existe conhecimento da contratante e dos objetivos, mas exige maior aprofundamento na relação do plano.	10	Atendimento consistente; a proposta consegue demonstrar conhecimento da Prefeitura e seus objetivos.	8	Atendimento parcial, com limitações; há necessidade de maior detalhamento e aprofundamento do conhecimento da contratante e dos objetivos.
a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.	7	Atendimento limitado; estratégia pouco detalhada, análise fica prejudicada pela ausência de dados e parâmetros suficientes para avaliar.	5	Baixo atendimento ao critério; a estratégia tem inconsistência técnica.	7	Atendimento limitado; análise prejudicada. Ausência de dados e parâmetros que deveriam compor a proposta.
MÉDIA SUBQUESITO 2	8,33		8,33		8,17	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2 (MÉDIA X 2)	**16,67**		**16,67**		**16,33**	

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; as peças apresentadas estão alinhadas à estratégia proposta.	8	Atendimento parcial, com limitações; a ideia criativa está adequada, porém com peças que precisam de melhor desenvolvimento.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; o alinhamento existe, mas fica com critérios pouco claros na relação das peças criativas.
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 tem baixa pertinência.	10	Atendimento consistente; a solução criativa está de acordo com o briefing e com os objetivos.	8	Atendimento parcial, com limitações; a proposta apresenta baixa evidenciação de relação clara entre o desafio e os objetivos.
a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	8	Atendimento parcial, com limitações; as peças são compatíveis, mas apresentam pouca variação e baixa multiplicidade dos meios.	7	Atendimento limitado; todas as peças se encaixam no plano de mídia, porém o plano está prejudicado.	8	Atendimento parcial, com limitações; a compatibilidade existe, mas poderia ser melhor detalhada no contexto do plano.
a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	8	Atendimento parcial, com limitações; as peças têm coerência, mas poderiam demonstrar maior originalidade e diferenciação.	9	Atendimento parcial, com limitações; O registro evidencia que a campanha tem pouca originalidade.	7	Atendimento limitado; a originalidade das peças parece adequada em alguns pontos, mas apresenta baixa evidenciação de força ou diferenciação suficiente.

a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	8	Atendimento parcial, com limitações; a linguagem das peças é adequada, mas pouco memorável.	10	Atendimento consistente; as peças estão bem claras na sua mensagem.	8	Atendimento parcial, com limitações; utiliza tom com adequada compreensão, mas há necessidade de maior detalhamento e melhor amarração.
a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	7	Atendimento insuficiente; solução criativa tem análise prejudicada pela ausência de dados e parâmetros suficientes para avaliar.	5	Baixo atendimento ao critério; devido à Há necessidade de maior detalhamento de informação do plano de mídia.	7	Atendimento limitado; análise prejudicada. Ausência de dados e parâmetros que deveriam compor a proposta.
MÉDIA SUBQUESITO 3	8,17		8,17		7,83	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3 (MÉDIA X 2)	**16,33**		**16,33**		**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; a proposta apresenta adequação dos meios selecionados mas sem detalhamento técnico.	5	Baixo atendimento ao critério; o plano de mídia não detalha as inserções e o custo unitário.	7	Atendimento limitado; há necessidade de maior detalhamento e aprofundamento técnico.
a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	7	Atendimento limitado; defesa técnica genérica, com pouco aprofundamento entre estratégia, tática e mídia.	5	Baixo atendimento ao critério; mantém as limitações indicadas no item anterior.	7	Atendimento limitado; há necessidade de maior detalhamento aprofundamento técnico.
a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	7	Atendimento limitado; a proposta demonstra conhecimento dos hábitos de consumo, mas poderia aplicar melhor ao plano.	5	Baixo atendimento ao critério; mantém as limitações indicadas no item anterior.	7	Atendimento limitado; há necessidade de maior detalhamento aprofundamento técnico.
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 contempla os recursos próprios, mas sem detalhar seu uso estratégico.	5	Baixo atendimento ao critério; mantém as limitações indicadas no item anterior.	7	Atendimento limitado; há necessidade de maior detalhamento aprofundamento técnico.
o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.	5	Atendimento limitado; análise do plano fica prejudicada pela ausência de dados de investimento e parâmetros suficientes para avaliar.	5	Baixo atendimento ao critério; mantém as limitações indicadas no item anterior.	7	Atendimento limitado; análise prejudicada. Ausência de dados e parâmetros que deveriam compor a proposta.
MÉDIA SUBQUESITO 4	6,60		5,00		7,00	

NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4 (MÉDIA X 1)	**6,60**	**5,00**	**7,00**

RESUMO			
CRITÉRIOS	AVALIADOR 1 (WILMAR)	AVALIADOR 2 (DIOGO)	AVALIADOR 3 (LUCIENE)
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1	4,67	4,83	4,50
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2	16,67	16,67	16,33
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3	16,33	16,33	15,67
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4	6,60	5,00	7,00
NOTA FINAL POR AVALIADOR	**44,27**	**42,83**	**43,50**

NOTA FINAL DO LICITANTE NO QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	
NOTA FINAL DO QUESITO 1 (Média das notas finais dos avaliadores)	**43,53**

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