AGÊNCIA 13 - AGORA TEM CASHBACK NA NOTA CUIABANA. VOCÊ GANHA NA HORA. CUIABÁ MELHORA.

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 adequada análise da Prefeitura com baixa contextualização do programa.	10	Atendimento consistente; a proposta atendeu à necessidade da Prefeitura em aumentar a arrecadação e deixa claro.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; repetição de argumentos que pouco agregam no contexto da atuação.
a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas	10	Atendimento consistente; a proposta identifica corretamente as necessidades de comunicação.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a proposta apresentou os aspectos relativos às necessidades .	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; faltam informações relevantes, relativas às necessidades e 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	10	Atendimento consistente; compreende integralmente o desafio de lançar o cashback e incentivar emissão de notas.	10	Atendimento consistente; o raciocínio apresentado contempla 100% o briefing.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há necessidade de maior aprofundamento na análise dos objetivos de comunicação.
MÉDIA SUBQUESITO 1	9,67		10,00		9,00	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1 (MÉDIA X 0,5)	**4,83**		**5,00**		**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 dialoga diretamente com o programa e com os objetivos de comunicação.	10	Atendimento consistente; o conceito é adequado e atende aos objetivos da campanha.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há perda de objetividade em alguns momentos. Desafios de campanha genéricos.
a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	10	Atendimento consistente; defesa mostra adequada consistência.	10	Atendimento consistente; proposta consegue defender bem a escolha do conceito.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; necessita de maior lógica e fundamentação.
as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da contratante com seus públicos;	10	Atendimento consistente; o conceito permite interpretações favoráveis ao cidadão e ao benefício do programa.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que o conceito traz benefício direto e indireto.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há necessidade de maior aprofundamento para demonstrar como o conceito traduz o benefício.

a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	10	Atendimento consistente; a proposta apresenta adequada consistência técnica e integração entre os pontos centrais.	10	Atendimento consistente; a estratégia está bem construída.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há necessidade de maior consistência técnica e objetividade argumentativa.
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; relação favorável entre a contratante, os objetivos de comunicação e a campanha, mas falta detalhamento de informações relevantes.	10	Atendimento consistente; a proposta mostra conhecimento da Prefeitura e seus desafios.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; limita a capacidade de articular os conhecimentos sobre a contratante e os objetivos.
a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.	10	Atendimento consistente; a estratégia se mostra exequível e coerente com o investimento.	10	Atendimento consistente; a estratégia é viável e de excelência.	8	Atendimento parcial, com limitações; necessita de informações para melhor comprovação da exequibilidade.
MÉDIA SUBQUESITO 2	9,83		10,00		8,83	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2 (MÉDIA X 2)	**19,67**		**20,00**		**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 exemplificam bem a estratégia de comunicação.	10	Atendimento consistente; a ideia criativa está de acordo com a estratégia apresentada.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; o alinhamento da estratégia parece adequado, mas ainda peca na execução da proposta visual.
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 é pertinente, mas poderia apresentar melhor o benefício do cashback.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a ideia de se utilizar o comerciante no centro da mensagem da campanha é adequada.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; solução criativa carece de aprofundamento dos desafios e objetivos.
a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; as peças são compatíveis com os formatos e meios propostos, sem argumentação de defesa.	10	Atendimento consistente; todas as peças estão no plano e apresentam adequada leitura.	8	Atendimento parcial, com limitações; o excesso de elementos nas peças pode comprometer a clareza de comunicação dos formatos.
a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; solução criativa é eficiente, mas com pouca originalidade.	8	Atendimento parcial, com limitações; a utilização comerciantes como personagens, mas poderia trazer mais originalidade.	8	Atendimento parcial, com limitações; a originalidade aparece em alguns pontos, mas poderia ganhar mais consistência.
a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; mensagens são claras, mas poderiam ter maior força de reconhecimento.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que as peças estão bem claras.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; muitos elementos que comprometem a clareza da mensagem.

a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que as peças são executáveis dentro da verba referencial.	10	Atendimento consistente; todas as peças contemplam o plano de mídia e demonstram sua exequibilidade.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; alto número de peças dificulta saber como elas se comportam no plano.
MÉDIA SUBQUESITO 3	9,17		9,50		8,67	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3 (MÉDIA X 2)	**18,33**		**19,00**		**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; a estratégia de mídia consistentemente alinhada aos desafios e objetivos do briefing.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a estratégia está adequada ao briefing e aos objetivos da campanha, mas há necessidade de maior aprofundamento.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há necessidade de maior aprofundamento dos argumentos.
a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta apresenta consistência, mas necessita de maior justificativa técnica.	10	Atendimento consistente; não se observam inconsistências com potencial de comprometer o resultado.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há necessidade de maior detalhamento da estratégia, pois a proposta ainda deixa lacunas.
a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a mídia demonstra conhecimento dos hábitos de consumo, mas poderia aprofundar um pouco mais a leitura.	10	Atendimento consistente; a defesa apresentou os dados do hábito de consumo e eles são utilizados no plano.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; poderia haver detalhamento maior dos formatos, canais e hábitos de consumo.
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; os recursos próprios estão bem articulados dentro da estratégia.	10	Atendimento consistente; o plano está bem defendido e contempla os recursos próprios com coerência.	8	Atendimento parcial, com limitações; exige maior aprofundamento a relação entre recursos próprios, meios e estratégia de comunicação.
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; a proposta apresenta adequada relação entre investimento, cobertura e frequência da campanha.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que o plano está bem estruturado.	8	Atendimento parcial, com limitações; pulverização de peças que podem comprometer a eficiência.
MÉDIA SUBQUESITO 4	9,60		9,80		8,60	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4 (MÉDIA X 1)	**9,60**		**9,80**		**8,60**	

RESUMO

CRITÉRIOS	AVALIADOR 1 (WILMAR)	AVALIADOR 2 (DIOGO)	AVALIADOR 3 (LUCIENE)
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1	4,83	5,00	4,50
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2	19,67	20,00	17,67
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3	18,33	19,00	17,33
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4	9,60	9,80	8,60
NOTA FINAL POR AVALIADOR	**52,43**	**53,80**	**48,10**

NOTA FINAL DO LICITANTE NO QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	
NOTA FINAL DO QUESITO 1 (Média das notas finais dos avaliadores)	**51,44**

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	