AGÊNCIA 15 - PEÇA A NOTA QUE O SEU DINHEIRO VOLTA

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; dedica espaço limitado ao contexto específico de Cuiabá e pouco aprofundamento da situação da arrecadação.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta entende a necessidade da Prefeitura em aumentar arrecadação, mas não evidencia suficientemente o tamanho.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; análise consistente do cenário, mas ainda sem aprofundamento suficiente das especificidades da contratante e do contexto.
a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; há identificação correta das necessidades de comunicação, mas com explicação que poderia ganhar melhor diagnóstico.	10	Atendimento consistente; O registro evidencia que a proposta apresenta os aspectos relativos à necessidade.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; não aprofunda no diagnóstico das necessidades de comunicação, que são contempladas de forma mais genérica.
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 claramente o desafio, mas poderia demonstrar maior detalhamento adicional além da lógica funcional.	10	Atendimento consistente; o raciocínio apresentado atende ao briefing.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; precisa de um aprofundamento acerca do contexto de comunicação.
MÉDIA SUBQUESITO 1	9,00		9,67		9,00	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1 (MÉDIA X 0,5)	**4,50**		**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 e atende ao desafio e aos objetivos de comunicação.	10	Atendimento consistente; o conceito se mostra adequado à campanha.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; as frases e textos se relacionam ao conceito. Faltou demonstrar melhor o desafio e os objetivos da campanha.
a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; apresenta defesa consistente, mas poderia aprofundar melhor a utilidade da ideia na estratégia.	10	Atendimento consistente; a proposta consegue explicar bem a defesa do conceito.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; faltou aprofundamento da defesa em relação ao 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 interpretação positiva apenas quanto ao benefício financeiro.	8	Atendimento parcial, com limitações; o conceito demonstra benefício direto, mas não demonstra o benefício indireto.	8	Atendimento parcial com limitações, interpretações positivas limitadas para o público alvo.

a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	8	Atendimento parcial com limitações, apresenta alguma argumentação em termos de campanha, sem aprofundamento dos pontos centrais.	8	Atendimento parcial, com limitações; fica prejudicada a avaliação da estratégia, não tendo os dados necessários de comunicação.	8	Atendimento parcial com limitações, o conceito técnico é frágil e pouco explicitado, com baixa demonstração da estratégia.
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, embora demonstre conhecimento da Prefeitura, não aprofunda tanto quanto poderia sua articulação com o desafio e objetivos da campanha.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta mostra conhecimento sobre a Prefeitura e seus desafios, mas falta detalhamento técnico.	8	Atendimento parcial com limitações, faltou aprofundar o diagnóstico sobre a Prefeitura, o desafio e os objetivos.
a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.	10	Atendimento consistente, demonstra ser exequível.	10	Atendimento consistente; a estratégia é viável e de excelência.	8	Atendimento parcial com limitações, a solução tem nível de peças e formatos apresentados coerentes, mas falta mais detalhamento operacional.
MÉDIA SUBQUESITO 2	9,00		9,17		8,33	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2 (MÉDIA X 2)	**18,00**		**18,33**		**16,67**	

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 estão alinhadas à estratégia proposta.	8	Atendimento parcial, com limitações; a ideia está de acordo com o briefing, mas sem grande solução criativa.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; faltou propor melhor entre campanha, estrutura e conceito. Falta refinamento.
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 alinhada ao briefing, mas poderia detalhar melhor a aplicação criativa nas peças.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a ideia criativa demonstra apenas o benefício diretamente ao cidadão	8	Atendimento parcial com limitações, as peças não aprofundam muito a relação entre conceito e os meios apresentados.
a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	10	Atendimento consistente; peças são compatíveis com os meios e formatos.	10	Atendimento consistente; todas as peças estão no plano e com adequada leitura.	8	Atendimento parcial com limitações, apresenta correspondência entre peças e formatos, mas a execução poderia ter melhor apresentação.
a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	8	Atendimento parcial, com limitações; solução criativa, dentro do contexto, atende ao benefício, mas poderia ganhar mais originalidade.	8	Atendimento parcial com limitações, com ressalvas; utilização personagem, porém poderia ser melhor apresentado.	7	Atendimento limitado com baixo grau de originalidade. A ideia e os elementos não apresentam muita construção criativa.

a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	8	Atendimento parcial com limitações, algumas peças precisam melhorar a clareza de tipo e linguagem visual.	8	Atendimento parcial com limitações; as peças necessitam de maior clareza na mensagem.	8	Atendimento parcial, com limitações, redução da clareza pela quantidade de informações e pela forma como a mensagem aparece em algumas peças.
a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	10	Atendimento consistente; as peças são plenamente executáveis com a verba referencial.	10	Atendimento consistente; todas as peças contemplam a mídia e os produtos, mostrando sua exequibilidade.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; o alto volume de peças e formatos apresentados pode comprometer a exequibilidade.
MÉDIA SUBQUESITO 3	9,00		8,83		8,17	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3 (MÉDIA X 2)	**18,00**		**17,67**		**16,33**	

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;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; estratégia é adequada, mas com orientação limitada em relação aos meios.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a estratégia está adequada ao estabelecido, porém necessita de maior esclarecimento.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas;, a publicização excessiva dos meios e formatos dilui os objetivos centrais da campanha.
a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; defesa consistente, mas utiliza fundamentação genérica da estratégia.	10	Atendimento consistente; não se observam inconsistências com potencial de comprometer o resultado.	8	Atendimento parcial, com limitações; faltou defesa técnica aprofundada da mídia e da não mídia. Faltou melhor detalhamento.
a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; demonstra conhecimento dos hábitos de consumo, mas poderia apresentar melhor diferenciação.	10	Atendimento consistente; a defesa apresentou os dados de hábitos de consumo e eles são utilizados no plano.	8	Atendimento parcial, com limitações; faltou detalhamento específico dos hábitos de consumo, públicos e aplicação dos dados.
a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;	8	Atendimento parcial, com limitações; pouco aprofundamento no papel dos recursos próprios e como seriam utilizados em maior extensão.	10	Atendimento consistente; a proposta utiliza consistentemente os recursos próprios.	8	Atendimento parcial, com limitações; faltou aprofundar a relação dos recursos próprios com a estratégia.
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; plano de mídia é apresentado dentro dos padrões técnicos e com boa relação entre investimento, cobertura e frequência.	10	Atendimento consistente; o plano está bem estruturado, dividido na verba de mídia e não mídia, e mostra impacto esperado.	8	Atendimento parcial, com limitações; a apresentação dos meios deixa dúvida sobre como a verba comporta a execução planejada.
MÉDIA SUBQUESITO 4	9,00		9,80		8,20	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4 (MÉDIA X 1)	**9,00**		**9,80**		**8,20**	

RESUMO			
CRITÉRIOS	AVALIADOR 1 (WILMAR)	AVALIADOR 2 (DIOGO)	AVALIADOR 3 (LUCIENE)
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1	4,50	4,83	4,50
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2	18,00	18,33	16,67
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3	18,00	17,67	16,33
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4	9,00	9,80	8,20
NOTA FINAL POR AVALIADOR	**49,50**	**50,63**	**45,70**

NOTA FINAL DO LICITANTE NO QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	
NOTA FINAL DO QUESITO 1 (Média das notas finais dos avaliadores)	**48,61**

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