AGÊNCIA 16 - NOTA CUIABANA AGORA TEM CASHBACK. É VANTAGEM 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;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; apresenta boa análise e informações sobre Cuiabá e o contexto, mas poderia aprofundar melhor o papel fiscal e de cidadania.	8	Atendimento parcial, com limitações; a agência entende que precisa aumentar a arrecadação, mas não deixa claro o tamanho da necessidade.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; A análise apresenta muitos dados ao município e, em alguns pontos, parece genérica e pouco conectada ao desafio de comunicação.
a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; identifica necessidades de comunicação, mas com dados sempre muito superficiais.	8	Atendimento parcial, com limitações; a agência apresenta com quem precisa se comunicar, mas sem aprofundar suficientemente.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; faltou aprofundamento dos dados que sugerem ideias institucionais menos relacionadas ao desafio específico.
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 análise fundamentada, mas poderia aproximar mais o raciocínio do briefing.	8	Atendimento parcial, com limitações; o raciocínio está relacionado com comunicação, mas não demonstra com clareza o desafio.	8	Atendimento parcial, com limitações; falta definição e aprofundamento significativo da proposta. Faltou contextualizar a percepção sobre os objetivos estabelecidos na comunicação.
MÉDIA SUBQUESITO 1	8,67		8,00		8,67	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1 (MÉDIA X 0,5)	**4,33**		**4,00**		**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 conceito atende ao desafio e aos objetivos de comunicação.	8	Atendimento parcial, com limitações; o conceito é apenas regular.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; não aprofunda na caracterização do conceito e seu vínculo com o desafio. O conceito parece pouco original.
a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	8	Atendimento parcial, com limitações; apresenta argumentação de defesa insuficiente e sem objetividade.	8	Atendimento parcial, com limitações; a agência conseguiu explicar o conceito, porém não soube demonstrar o seu uso.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a argumentação é coerente, mas traz pouco aprofundamento efetivo sobre o conceito.
as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da contratante com seus públicos;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; apresenta conexão pouco criativa, o que pode limitar a interpretação positiva diante do benefício financeiro.	8	Atendimento parcial, com limitações; a agência conseguiu demonstrar o benefício direto, porém não aprofunda o benefício indireto.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; faltou aprofundamento do conceito para que haja interpretação positiva.

a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; apresenta os principais pontos estratégicos, mas com abordagem genérica.	7	Atendimento limitado; informação insuficiente para uma avaliação mais precisa.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; faltou informação e aprofundamento técnico. Faltou aprofundar aspectos centrais da proposta.
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; demonstra domínio da contratante e do programa, mas a relação com os objetivos é muito confusa.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a proposta mostra conhecimento da Prefeitura e dos seus objetivos de comunicação de forma superficial.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; faltou explorar melhor os segmentos e os conhecimentos da contratante, do desafio e dos objetivos.
a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.	10	Atendimento consistente; demonstra ser compatível com a verba referencial.	8	Atendimento parcial, com limitações; a estratégia é viável, porém falta entender melhor sua aplicação.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; apesar da quantidade de ações e entregas, a proposta se mostrou viável.
MÉDIA SUBQUESITO 2	9,00		8,00		9,00	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2 (MÉDIA X 2)	**18,00**		**16,00**		**18,00**	

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;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; as peças mantêm coerência com o conceito adotado na mídia, mas ficam medianas quando vistas sem o contexto.	8	Atendimento parcial, com limitações; a ideia criativa está de acordo com a estratégia, mas apresenta problemas na aplicação.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; alguns formatos e peças funcionam, mas, como conjunto, falta maior amarração estratégica.
a pertinência da solução criativa com a natureza da contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a solução atende ao briefing com muita previsibilidade.	8	Atendimento parcial, com limitações; a ideia criativa apresenta ligação com o briefing, mas deixa dúvidas na sua execução.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; peças sem apelo visual, muito explicativas.
a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; peças são adequadas aos meios e formatos a que se destinam, embora algumas precisem de maior clareza.	8	Atendimento parcial, com limitações; todas as peças estão no plano, mas algumas precisam de melhor demonstração.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; faltou aprofundamento e informação na construção dos meios e formatos.
a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	8	Atendimento parcial, com limitações; a solução fica mais evidente nas peças do que na originalidade.	8	Atendimento parcial, com limitações; a ideia tem alguma originalidade, mas não apresenta claramente seu diferencial criativo.	8	Atendimento parcial, com limitações; a peça parece limitada em originalidade, porém mantém integração com a campanha.

a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; as mensagens são claras, mas alguns elementos podem dificultar a leitura dos anúncios.	10	Atendimento consistente; as peças são claras e apresentam boa mensagem.	8	Atendimento parcial, com limitações; em alguns momentos, falta organização das informações, especialmente nas peças.
a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	10	Atendimento consistente; as peças propostas mostram-se compatíveis com a verba referencial.	8	Atendimento parcial, com limitações; todas as peças são exequíveis, mas a aplicação precisa ser melhor detalhada.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a apresentação de peças e formatos excessivos que pode prejudicar a exequibilidade.
MÉDIA SUBQUESITO 3	9,00		8,33		8,67	
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3 (MÉDIA X 2)	**18,00**		**16,67**		**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 contempla meios diversificados e alinhados aos objetivos da campanha.	8	Atendimento parcial, com limitações; a estratégia está adequada, mas não identifica com clareza todos os pontos de comunicação.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; a distribuição dos veículos apresenta adequação, mas falta aprofundamento dos objetivos e meios.
a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; apresenta boa defesa, mas com justificativas pouco aprofundadas.	8	Atendimento parcial, com limitações; a agência apresenta defesa da estratégia, porém ainda sem o aprofundamento necessário.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; em alguns pontos, a defesa parece suficiente, mas faltou aprofundamento da estratégia da campanha.
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 melhorar na segmentação.	7	Atendimento limitado; a defesa apresenta os dados, mas não aplica suficientemente os hábitos de consumo na estratégia.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; faltou aprofundamento na segmentação, nos hábitos e nos dados 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;	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; faz uso dos recursos próprios, mas sem grande protagonismo.	10	Atendimento consistente; utiliza muito bem os recursos próprios.	9	Atendimento satisfatório, com ressalvas; faltou demonstrar melhor a integração dos recursos próprios e sua utilização estratégica.
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 análise demonstra utilização suficiente da verba referencial.	8	Atendimento parcial, com limitações; o plano está estruturado, dividido entre mídia e não mídia, mas precisa de maior detalhamento.	8	Atendimento parcial, com limitações; o grau de eficiência parece compatível, mas faltou comprovar melhor a relação entre verba, cobertura e frequência.
MÉDIA SUBQUESITO 4	9,40		8,20		8,80	

NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4 (MÉDIA X 1)	**9,40**	**8,20**	**8,80**

RESUMO			
CRITÉRIOS	AVALIADOR 1 (WILMAR)	AVALIADOR 2 (DIOGO)	AVALIADOR 3 (LUCIENE)
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 1	4,33	4,00	4,33
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 2	18,00	16,00	18,00
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 3	18,00	16,67	17,33
NOTA PONDERADA - SUBQUESITO 4	9,40	8,20	8,80
NOTA FINAL POR AVALIADOR	**49,73**	**44,87**	**48,47**

NOTA FINAL DO LICITANTE NO QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	
NOTA FINAL DO QUESITO 1 (Média das notas finais dos avaliadores)	**47,69**

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