

ATA DA PRIMEIRA SESSÃO PÚBLICA DA CONCORRÊNCIA Nº 001/2025

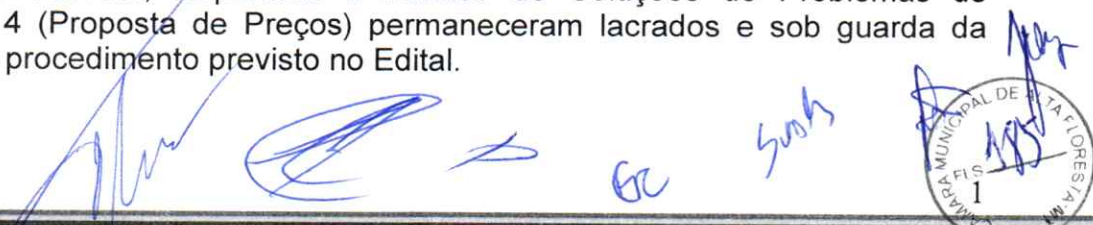
Aos três dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte e cinco, às nove horas, na sala de licitações da Câmara Municipal de Alta Floresta, Estado de Mato Grosso, situada à Avenida Colonizador Ariosto da Riva, nº 2349, Centro, realizou-se a primeira sessão pública da Concorrência nº 001/2025, do tipo Técnica e Preço, cujo objeto consiste na contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, conforme estabelecido no Edital e seus anexos, com valor estimado de R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais). A sessão foi conduzida pela Comissão de Contratação de Licitação, nomeada pelas Portarias nº 99, 101 e 103/2025, estando presentes os seguintes membros: JORGE RUAN DE OLIVEIRA, SERGIO LUIZ BRUNCA JUNIOR E FABIANA DA CONCEICAO DAMASCENO DOS SANTOS SILVA.

Inicialmente, procedeu-se ao credenciamento dos representantes legais das empresas licitantes, conforme previsto no item 8 do Edital, mediante apresentação dos documentos de identificação pessoal com fé pública e instrumentos de procuração ou atos constitutivos da empresa, conforme o caso, comprovando os poderes de representação exigidos. Foram devidamente credenciados os representantes das seguintes empresas: M.VITORINO DA SILVA – ME, CNPJ 06.851.416/0001-08, REPRESENTADA NESTE ATO PELO SENHOR MARCOS ROGERIO CABRAL, CPF 978.477.391-00; GENILZA R. DE CARVALHO OLIVEIRA ME, CNPJ 15.236.251/0001-47, REPRESENTADA NESTE ATO PELA SENHORA GENILZA REZENDE DE CARVALHO OLIVEIRA, CPF 938.620.591-20; E AGENCIA DE PUBLICIDADE, PROPAGANDA E STARTUP GC LTDA EPP, CNPJ 23.718.215/0001-48, REPRESENTADA NESTA ATO PELO SENHOR RAIMUNDO NONATO SOUZA FERREIRA, CPF 918.378.981-20.

Concluído o credenciamento, a Comissão recebeu os envelopes contendo as Propostas Técnicas (Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3) e Propostas de Preços (Invólucro nº 4), de acordo com os termos do item 9 do Edital. Todos os invólucros foram devidamente identificados e rubricados no fecho pelos membros da Comissão e pelos representantes credenciados das empresas presentes.

Em seguida, deu-se início à abertura dos Invólucros nº 1, que continham os Planos de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada. As propostas foram conferidas quanto à conformidade formal, sendo verificado se estavam sem qualquer elemento de identificação da licitante, conforme disposto nos itens 10.1.1 e 11.3 do Edital. As propostas foram acondicionadas em cadernos padronizados, conforme as exigências de formatação estabelecidas, sem indícios de autoria, e se encontravam íntegras. Constatada a regularidade, os documentos foram rubricados pelos membros da Comissão e organizados para análise técnica por parte da Subcomissão Técnica, que emitirá parecer de acordo com os critérios objetivos de julgamento estabelecidos no item 12 do Edital.

Os Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada), nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e nº 4 (Proposta de Preços) permaneceram lacrados e sob guarda da Comissão, conforme procedimento previsto no Edital.





Foi concedida a palavra aos representantes das licitantes para manifestações, tendo sido registradas as seguintes observações:

No involucro 1 uma das empresas apresentou sua proposta com a capa transparente na frente e preta no fundo, a comissão decidiu por unanimidade a retirada das capas e manutenção da proposta com a anuência dos participantes. Não foram apresentadas impugnações, recursos ou quaisquer objeções formais ao andamento da sessão. Havendo ou não havendo ocorrências relevantes, estas foram registradas de forma pormenorizada para constarem nos autos do processo licitatório.

A Comissão informou que as próximas etapas do certame serão oportunamente comunicadas por meio dos canais oficiais, conforme prevê o item 21 do Edital. Ao final da sessão, não havendo mais manifestações e estando concluída esta fase do certame, a mesma foi encerrada às 11h20min, sendo lavrada a presente ata, que após lida e achada conforme, vai assinada pelos membros da Comissão de Contratação de Licitação e pelos representantes legais das licitantes presentes.

Alta Floresta - MT, 03 de junho de 2025.

JORGE RUAN DE OLIVEIRA
MEMBRO DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO

SERGIO LUIZ BRUNCA JUNIOR
MEMBRO DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO

FABIANA DA CONCEIÇÃO DAMASCENO DOS SANTOS SILVA
MEMBRO DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO

MARCOS ROGERIO CABRAL
M.VITORINO DA SILVA – ME

GENILZA REZENDE DE CARVALHO OLIVEIRA
GENILZA R. DE CARVALHO OLIVEIRA ME

RAIMUNDO NONATO SOUZA FERREIRA
AGENCIA DE PUBLICIDADE, PROPAGANDA E STARTUP GC LTDA EPP



Brunca
ATA DA TERCEIRA SESSÃO PÚBLICA DA CONCORRÊNCIA Nº 001/2025

Ao primeiro dia do mês de julho do ano de dois mil e vinte e cinco, às nove horas e quarenta minutos, na sala de licitações da Câmara Municipal de Alta Floresta, Estado de Mato Grosso, situada à Avenida Colonizador Ariosto da Riva, nº 2349, Centro, realizou-se a terceira sessão pública da Concorrência nº 001/2025, do tipo Técnica e Preço, cujo objeto é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, conforme estabelecido no Edital e seus anexos. A sessão foi conduzida pela Comissão de Contratação de Licitação, nomeada pelas Portarias nº 99, 101 e 103/2025, composta pelos senhores JORGE RUAN DE OLIVEIRA, SERGIO LUIZ BRUNCA JUNIOR e FABIANA DA CONCEIÇÃO DAMASCENO DOS SANTOS SILVA. A Comissão declarou aberta a sessão destinada à abertura e análise dos documentos de habilitação, conforme previsto nos itens 16, 17 e 18 do Edital e nos termos da Lei Federal nº 12.232/2010, em combinação com a Lei nº 14.133/2021. Procedeu-se à abertura do invólucro contendo a documentação de habilitação da empresa classificada, tendo sido conferidos todos os documentos quanto à sua regularidade formal, autenticidade e conformidade com as exigências editalícias. Após análise, constatou-se que a empresa M. VITORINO DA SILVA apresentou integralmente a documentação exigida, comprovando habilitação jurídica, regularidade fiscal e trabalhista, qualificação técnica e qualificação econômico-financeira. Foi facultada a palavra ao representante da empresa presente, que não apresentou manifestação. Também não foram interpostos recursos ou registradas impugnações. Nada mais havendo a tratar, a sessão foi encerrada às 09 horas e 57 minutos, sendo lavrado a presente ata, que, lida e achada conforme, vai assinada pelos membros da Comissão de Contratação de Licitação e pelo representante legal da empresa presente..

Jorge
JORGE RUAN DE OLIVEIRA
MEMBRO DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO

Sergio Luiz Brunca Junior
SERGIO LUIZ BRUNCA JUNIOR
MEMBRO DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO

Fabiana da Conceição Damasceno dos Santos Silva
FABIANA DA CONCEIÇÃO DAMASCENO DOS SANTOS SILVA
MEMBRO DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO

M. Vitorino da Silva

M. VITORINO DA SILVA – ME



ATA DA SEGUNDA SESSÃO PÚBLICA DA CONCORRÊNCIA Nº 001/2025

Aos dezessete dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte e cinco, às nove horas e quatro minutos, na sala de licitações da Câmara Municipal de Alta Floresta, Estado de Mato Grosso, situada à Avenida Colonizador Ariosto da Riva, nº 2349, Centro, realizou-se a segunda sessão pública da Concorrência nº 001/2025, do tipo Técnica e Preço, cujo objeto é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, conforme estabelecido no Edital e seus anexos. A sessão foi conduzida pela Comissão de Contratação de Licitação, nomeada pelas Portarias nº 99, 101 e 103/2025, composta pelos senhores JORGE RUAN DE OLIVEIRA, SERGIO LUIZ BRUNCA JUNIOR e FABIANA DA CONCEIÇÃO DAMASCENO DOS SANTOS SILVA, registrando-se a ausência da membro FABIANA, em razão de compromissos pré-agendados. Inicialmente, foi credenciado como representante da empresa GENILZA R. DE CARVALHO OLIVEIRA CNP 15.236.251/0001-47, o senhor ROBERTY WILLIAN LEITE GOMES, CPF 044.062.501-74, foi registrado que os Invólucros nº 1, contendo os Planos de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e nº 3, Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação foram analisados pela Subcomissão Técnica, que procedeu à avaliação conforme os critérios técnicos estabelecidos no item 12 do Edital. Em ato contínuo, foi rubricado o conteúdo do invólucro nº 2 e posteriormente, feito a identificação do invólucro nº 1, A pontuação atribuída a cada licitante foi apresentada pela Comissão, conforme os pareceres emitidos, resultando na seguinte classificação preliminar da fase técnica, considerando o invólucro 1 foi:

1º lugar: M.VITORINO DA SILVA – ME – 55,48 PONTOS

2º lugar: AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, PROPAGANDA E STARTUP GC LTDA EPP
– 43,82 PONTOS

3º lugar: GENILZA R. DE CARVALHO OLIVEIRA ME – 41,83 PONTOS

Na sequência, foi procedida a abertura do invólucro nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação), foi verificado que a subcomissão técnica não atribuiu a média para os licitantes, nesse caso, a comissão de contratação efetuou os cálculos, onde foi atribuído as seguintes notas:

1º lugar: M.VITORINO DA SILVA – ME – 26,5 PONTOS

2º lugar: AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, PROPAGANDA E STARTUP GC LTDA EPP
– 21,5 PONTOS

3º lugar: GENILZA R. DE CARVALHO OLIVEIRA ME – 19,83 PONTOS

Fundada a classificação das notas das propostas técnicas, ficou classificado as empresas como segue:

[Handwritten signatures]





1º lugar: M.VITORINO DA SILVA – ME – 81,98 PONTOS

2º lugar: AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, PROPAGANDA E STARTUP GC LTDA EPP
– 65,32 PONTOS

3º lugar: GENILZA R. DE CARVALHO OLIVEIRA ME – 61,66 PONTOS

Conforme item 12.5 B do edital, as empresas AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, PROPAGANDA E STARTUP GC LTDA EPP e GENILZA R. DE CARVALHO OLIVEIRA ME tiveram suas propostas desclassificadas. O representante da empresa GENILZA R. DE CARVALHO OLIVEIRA ME manifestou interesse em interpor recurso, neste caso, foi aberto prazo conforme prevê o edital. Nada mais havendo a tratar, foi encerrada a sessão às 09h50min, sendo lavrada a presente ata, que após lida e achada conforme, vai assinada pelos membros da Comissão de Contratação de Licitação e pelos representantes legais das licitantes presentes.

Alta Floresta - MT, 17 de junho de 2025.

JORGE RUAN DE OLIVEIRA
MEMBRO DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO

SERGIO LUIZ BRUNCA JUNIOR
MEMBRO DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO

M.VITORINO DA SILVA – ME

GENILZA R. DE CARVALHO OLIVEIRA ME

ATA DA TERCEIRA SESSÃO PÚBLICA DA CONCORRÊNCIA Nº 001/2025

Ao primeiro dia do mês de julho do ano de dois mil e vinte e cinco, às nove horas e dez minutos, na sala de licitações da Câmara Municipal de Alta Floresta, Estado de Mato Grosso, situada à Avenida Colonizador Ariosto da Riva, nº 2349, Centro, realizou-se a terceira sessão pública da Concorrência nº 001/2025, do tipo Técnica e Preço, cujo objeto é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, conforme estabelecido no Edital e seus anexos. A sessão foi conduzida pela Comissão de Contratação de Licitação, nomeada pelas Portarias nº 99, 101 e 103/2025, composta pelos senhores JORGE RUAN DE OLIVEIRA, SERGIO LUIZ BRUNCA JUNIOR e FABIANA DA CONCEIÇÃO DAMASCENO DOS SANTOS SILVA. Esteve presente a empresa M.VITORINO DA SILVA – ME, na oportunidade representada pelo proprietário, senhor Maurício Vitorino da Silva. A Comissão iniciou os trabalhos comunicando que, conforme previsto no Edital, proceder-se-ia à abertura dos Invólucros nº 4, que contêm as Propostas de Preços das licitantes. Verificada a integridade do invólucro, que permaneceu lacrado sob guarda da Comissão desde a primeira sessão, procedeu-se à abertura do mesmo, sendo os documentos conferidos quanto à regularidade formal. A Proposta de Preço apresentada foi lida em voz alta, rubricada por todos os membros da Comissão e pelos representantes presentes, e anexada ao processo licitatório. Foi facultada a palavra aos representantes das empresas licitantes para eventuais manifestações, sendo que nada foi declarado. Não houve qualquer impugnação, manifestação contrária ou recurso interposto na presente sessão. A classificação final das licitantes foi realizada considerando a pontuação técnica já atribuída e os valores ofertados na Proposta de Preço, nos termos do critério de julgamento Técnica e Preço estabelecido. Nada mais havendo a tratar, a sessão foi encerrada às nove horas e dezenove minutos, sendo lavrada a presente ata, que, lida e achada conforme, vai assinada pelos membros da Comissão e pelos representantes legais das licitantes presentes.


JORGE RUAN DE OLIVEIRA
MEMBRO DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO


SERGIO LUIZ BRUNCA JUNIOR
MEMBRO DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO


FABIANA DA CONCEIÇÃO DAMASCENO DOS SANTOS SILVA
MEMBRO DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO


M.VITORINO DA SILVA – ME





	NPT	NPP	NF $NF = \frac{7(NPT) + 3(NPP)}{10}$	NF
M. VITORINO DA SILVA ME	81,98	99	573,86+297/10	87,09

[Handwritten signatures]



**ATA DE REUNIÃO DE JULGAMENTO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA –
VIA NÃO IDENTIFICADA DA CONCORRÊNCIA Nº 001/2025**

Aos seis dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte e cinco, às 09h25, na sala de licitação da Câmara Municipal de Alta Floresta, Estado de Mato Grosso, localizada na Avenida Ariosto da Riva, na cidade de Alta Floresta, Estado de Mato Grosso reuniu-se a **SUBCOMISSÃO TÉCNICA**, nomeada pela portaria nº 139/2025, de 03 de junho de 2025, da Câmara Municipal de Alta Floresta, composta pelos Senhores Lindomar Arcanjo Leal, presidente, Fernando Senna Sampaio, membro, e pela Senhora Rilcelle Nogueira da Silva, membro, para análise e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária – **VIA NÃO IDENTIFICADA**, referente à CONCORRÊNCIA número 001/2025, com objetivo de contratar serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, produção, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a veiculação e distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse de peças e campanhas publicitárias. Dando início aos trabalhos os membros reuniram-se para que todos pegassem suas planilhas e analisassem de forma individual os planos de comunicação das empresas habilitadas no certame. Ao analisar cada item, os membros da SUBCOMISSÃO TÉCNICA realizaram a somatória das subnotas, calculando assim a média ponderada determinada no edital. Concluindo o trabalho de análise e julgamento e apresentadas as notas de cada membro da subcomissão, foi estabelecida a soma geral das notas obtidas nos itens avaliados conforme planilhas que ficarão disponíveis nos autos do processo. Encerrado o trabalho de soma de notas, às 10h58min, o resultado do julgamento das propostas técnicas foi encaminhado para Comissão de Licitação, para prosseguimento do processo da CONCORRÊNCIA 001/2025. Sem ter mais nada a discutir ou analisar, declaramos encerrada a reunião e dela, para constar, foi lavrada a presente Ata, assinada por todos os membros da SUBCOMISSÃO TÉCNICA.

Lindomar Arcanjo Leal
Presidente da Subcomissão
Técnica de Avaliação

Fernando Senna Sampaio
Membro da Subcomissão
Técnica de Avaliação

Rilcelle Nogueira da Silva
Membro da Subcomissão
Técnica de Avaliação



**ATA DE REUNIÃO DE JULGAMENTO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO
PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA DA CONCORRÊNCIA Nº 001/2025**

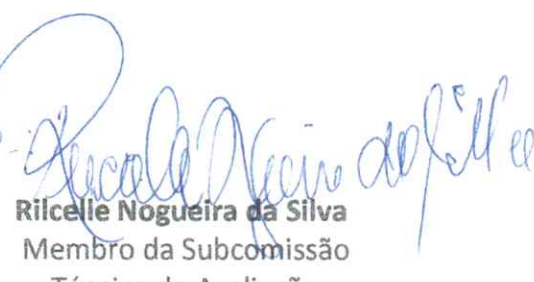
Aos onze dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte e cinco, às 09h15, na sala de licitação da Câmara Municipal de Alta Floresta, Estado de Mato Grosso, localizada na Avenida Ariosto da Riva, na cidade de Alta Floresta, Estado de Mato Grosso, reuniu-se a SUBCOMISSÃO TÉCNICA, nomeada pela portaria nº 139/2025, de 03 de junho de 2025, da Câmara Municipal de Alta Floresta, composta pelos Senhores Lindomar Arcanjo Leal, presidente, Fernando Sena Sampaio, membro, e pela Senhora Rilcelle Nogueira da Silva, membro, para análise e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária **VIA IDENTIFICADA**, referente à CONCORRÊNCIA número 001/2025, com objetivo de contratar serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, produção, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a veiculação e distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse de peças e campanhas publicitárias. Dando início aos trabalhos os membros reuniram-se para que todos pegassem suas planilhas e analisassem de forma individual os planos de comunicação das empresas habilitadas no certame. Concluindo o trabalho de análise e julgamento e apresentadas as notas de cada membro da subcomissão, foi estabelecida a soma geral das notas obtidas nos itens avaliados conforme acima planilhas que ficarão disponíveis nos autos do processo. Encerrado o trabalho às 11h19 de soma de notas, o resultado do julgamento das propostas técnicas foi encaminhado em envelope lacrado e assinado por todos os membros desta subcomissão de avaliação técnica para Comissão de Licitação, para prosseguimento do processo da CONCORRÊNCIA 001/2025. Sem ter mais nada a discutir ou analisar, declaramos encerrada a reunião e dela, para constar, foi lavrada a presente Ata, assinada por todos os membros da subcomissão.



Lindomar Arcanjo Leal
Presidente da Subcomissão
Técnica de Avaliação



Fernando Sena Sampaio
Membro da Subcomissão
Técnica de Avaliação



Rilcelle Nogueira da Silva
Membro da Subcomissão
Técnica de Avaliação

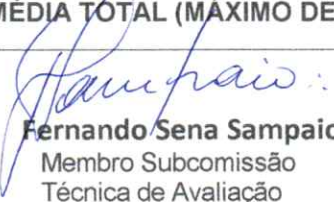




QUADRO DE NOTAS
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS SUBCOMISSÃO
TÉCNICA

AVALIAÇÃO GERAL		
<u>Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária</u> SUBQUESITO	AVALIADORES	PONTUAÇÃO
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO	Lindomar Arcanjo Leal	12
	Fernando Sena Sampaio	7
	Rilcelle Nogueira da Silva	8
MÉDIA TOTAL (MÁXIMO DE 15 PONTOS)		9
<u>Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária</u> SUBQUESITO	AVALIADORES	PONTUAÇÃO
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	Lindomar Arcanjo Leal	14
	Fernando Sena Sampaio	10
	Rilcelle Nogueira da Silva	12
MÉDIA TOTAL (MÁXIMO DE 20 PONTOS)		12
<u>Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária</u> SUBQUESITO	AVALIADORES	PONTUAÇÃO
3 - IDEIA CRIATIVA	Lindomar Arcanjo Leal	18,5
	Fernando Sena Sampaio	12
	Rilcelle Nogueira da Silva	14
MÉDIA TOTAL (MÁXIMO DE 25 PONTOS)		14,83
<u>Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária</u> SUBQUESITO	AVALIADORES	PONTUAÇÃO
4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA	Lindomar Arcanjo Leal	6
	Fernando Sena Sampaio	6
	Rilcelle Nogueira da Silva	6
MÉDIA TOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		6


Lindomar Arcanjo Leal
Membro Subcomissão
Técnica de Avaliação


Fernando Sena Sampaio
Membro Subcomissão
Técnica de Avaliação


Rilcelle Nogueira da Silva
Membro Subcomissão
Técnica de Avaliação





QUADRO DE NOTAS
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS SUBCOMISSÃO
TÉCNICA

Rosalia Ferreira da Silva
06/06/2025

Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

Avaliador		
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO	a) Da acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação (0 a 5 pontos)	3
	b) Da pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas (0 a 5 pontos)	2
	c) Da assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. (0 a 5 pontos)	3
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 15 PONTOS)		8
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	a) A adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação (0 a 6 pontos)	3
	b) A consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito (0 a 2 pontos)	2
	c) As possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos (0 2 pontos)	1
	d) A consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta (0 a 5 pontos)	2
	e) A capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	2
	f) A exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento (0 a 2 pontos)	2
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 20 PONTOS)		12
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - IDEIA CRIATIVA	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária (0 a 5 pontos)	3
	b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de	



Recall Oficial para 2025
06/06/2025

	comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	
	c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo (0 a 5 pontos)	3
	d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam (0 a 3 pontos)	3
	e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (0 a 3 pontos)	2
	f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo (0 a 3 pontos)	2
	g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento (0 a 3 pontos)	1
	SUBTOTAL (MÁXIMO DE 25 PONTOS)	14
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA	a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	2
	b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 2 pontos)	1
	c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia (0 a 2 pontos)	1
	d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária (0 a 1 ponto)	0,5
	e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia (0 a 1 ponto)	0,5
	f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência (0 a 1 ponto)	1
	SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)	6



QUADRO DE NOTAS
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS SUBCOMISSÃO
TÉCNICA

Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

Avaliador		
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO	a) Da acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação (0 a 5 pontos)	4
	b) Da pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas (0 a 5 pontos)	4
	c) Da assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. (0 a 5 pontos)	4
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 15 PONTOS)		12
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	a) A adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação (0 a 6 pontos)	4
	b) A consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito (0 a 2 pontos)	1
	c) As possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos (0 2 pontos)	1
	d) A consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta (0 a 5 pontos)	4
	e) A capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	2,5
	f) A exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento (0 a 2 pontos)	1,5
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 20 PONTOS)		14
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - IDEIA CRIATIVA	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária (0 a 5 pontos)	4
	b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de	

Kindomar Arcangelo Leal





	comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	2
	c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo (0 a 5 pontos)	4
	d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam (0 a 3 pontos)	2
	e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (0 a 3 pontos)	2
	f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo (0 a 3 pontos)	2,5
	g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento (0 a 3 pontos)	2
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 25 PONTOS)		18,5
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA	a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	2
	b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 2 pontos)	1,5
	c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia (0 a 2 pontos)	1
	d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária (0 a 1 ponto)	0,5
	e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia (0 a 1 ponto)	0,5
	f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência (0 a 1 ponto)	0,5
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		6

Kindomar de Sousa Leal

[Handwritten signature]



FERNANDO SENA SAMPAIO

[Signature]

QUADRO DE NOTAS
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS SUBCOMISSÃO
TÉCNICA

Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

Avaliador		
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO	a) Da acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação (0 a 5 pontos)	3
	b) Da pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas (0 a 5 pontos)	2
	c) Da assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. (0 a 5 pontos)	2
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 15 PONTOS)		7
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	a) A adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação (0 a 6 pontos)	4
	b) A consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito (0 a 2 pontos)	1
	c) As possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos (0 2 pontos)	1
	d) A consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta (0 a 5 pontos)	2
	e) A capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	1
	f) A exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento (0 a 2 pontos)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 20 PONTOS)		10
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - IDEIA CRIATIVA	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária (0 a 5 pontos)	3
	b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de	





FERNANDO SENS SAMPAIO

[Signature]

	comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	2
	c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo (0 a 5 pontos)	3
	d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam (0 a 3 pontos)	1
	e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (0 a 3 pontos)	1
	f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo (0 a 3 pontos)	1
	g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento (0 a 3 pontos)	1
	SUBTOTAL (MÁXIMO DE 25 PONTOS)	12
SUBQUESTITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA	a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	1
	b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 2 pontos)	1
	c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia (0 a 2 pontos)	1
	d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária (0 a 1 ponto)	1
	e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia (0 a 1 ponto)	1
	f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência (0 a 1 ponto)	1
	SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)	6

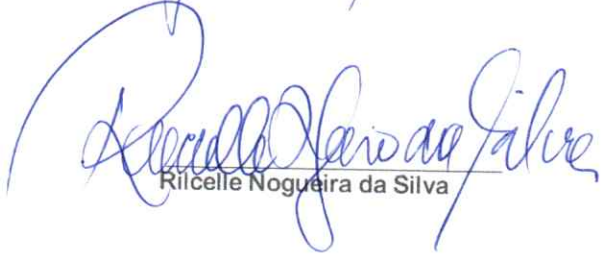




QUESITO 2	AVALIADORES	PONTUAÇÃO
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	Lindomar Arcanjo Leal	7
	Fernando Sena Sampaio	7
	Rilcelle Nogueira da Silva	8
MÉDIA TOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		22
QUESITO 3	AVALIADORES	PONTUAÇÃO
REPERTÓRIO	Lindomar Arcanjo Leal	7
	Fernando Sena Sampaio	4
	Rilcelle Nogueira da Silva	6
MÉDIA TOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		17
QUESITO 4	AVALIADORES	PONTUAÇÃO
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Lindomar Arcanjo Leal	7
	Fernando Sena Sampaio	6
	Rilcelle Nogueira da Silva	7,5
MÉDIA TOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		20,5
NOTA FINAL		59,5


Lindomar Arcanjo Leal


Fernando Sena Sampaio


Rilcelle Nogueira da Silva



**CÂMARA MUNICIPAL DE
ALTA FLORESTA**
PODER LEGISLATIVO



FERNANDO SENA SAMPAIO

JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS SUBCOMISSÃO TÉCNICA

QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um (0 a 2 pontos)	1
	b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (0 a 3 pontos)	2
	c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato (0 a 3 pontos)	2
	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante (0 a 1 ponto)	1
	e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE (0 a 1 ponto)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		7
QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - REPERTÓRIO	a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação (0 a 5 pontos)	2
	b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo (0 a 3 pontos)	1
	c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças (0 a 2 pontos)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		4
QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4- Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária (0 a 4 pontos)	2
	b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente (0 a 3 pontos)	2
	c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos (0 a 2 pontos)	1
	d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante (0 a 1 ponto)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		6



Ricardo Neri da Silva
11/06/2025.

JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS SUBCOMISSÃO TÉCNICA

QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um (0 a 2 pontos)	1,5
	b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (0 a 3 pontos)	3
	c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato (0 a 3 pontos)	2
	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante (0 a 1 ponto)	1
	e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE (0 a 1 ponto)	0,5
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		8
QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - REPERTÓRIO	a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação (0 a 5 pontos)	3
	b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo (0 a 3 pontos)	2
	c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças (0 a 2 pontos)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		6
QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4- Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária (0 a 4 pontos)	2
	b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente (0 a 3 pontos)	2
	c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos (0 a 2 pontos)	1,5
	d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante (0 a 1 ponto)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		7,5





JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS SUBCOMISSÃO TÉCNICA

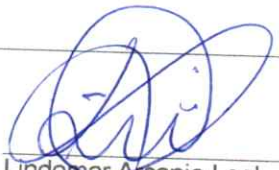
QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um (0 a 2 pontos)	1,5
	b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (0 a 3 pontos)	2
	c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato (0 a 3 pontos)	2
	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante (0 a 1 ponto)	1
	e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE (0 a 1 ponto)	0,5
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		7
QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - REPERTÓRIO	a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação (0 a 5 pontos)	4
	b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo (0 a 3 pontos)	2
	c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças (0 a 2 pontos)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		7
QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4- Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária (0 a 4 pontos)	3
	b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente (0 a 3 pontos)	2
	c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos (0 a 2 pontos)	1
	d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante (0 a 1 ponto)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		7

Andimar Sampaio Leal





QUESITO 2	AVALIADORES	PONTUAÇÃO
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	Lindomar Arcanjo Leal	7,5
	Fernando Sena Sampaio	6
	Rilcelle Nogueira da Silva	9
MÉDIA TOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		22,5
QUESITO 3	AVALIADORES	PONTUAÇÃO
REPERTÓRIO	Lindomar Arcanjo Leal	8
	Fernando Sena Sampaio	5
	Rilcelle Nogueira da Silva	7,5
MÉDIA TOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		20,5
QUESITO 4	AVALIADORES	PONTUAÇÃO
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Lindomar Arcanjo Leal	7,5
	Fernando Sena Sampaio	6
	Rilcelle Nogueira da Silva	8
MÉDIA TOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		21,5
NOTA FINAL		64,5


Lindomar Arcanjo Leal


Fernando Sena Sampaio


Rilcelle Nogueira da Silva





JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS SUBCOMISSÃO TÉCNICA

QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um (0 a 2 pontos)	1,5
	b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (0 a 3 pontos)	2,5
	c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato (0 a 3 pontos)	2,5
	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante (0 a 1 ponto)	0,5
	e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE (0 a 1 ponto)	0,5
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		7,5
QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - REPERTÓRIO	a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação (0 a 5 pontos)	4
	b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo (0 a 3 pontos)	2
	c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças (0 a 2 pontos)	2
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		8
QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4- Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária (0 a 4 pontos)	3
	b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente (0 a 3 pontos)	2
	c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos (0 a 2 pontos)	1,5
	d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante (0 a 1 ponto)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		7,5



Leandro Augusto Leal

Renata Vieira da Silva
14/06/2025

JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS SUBCOMISSÃO TÉCNICA

QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um (0 a 2 pontos),	2
	b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (0 a 3 pontos)	3
	c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato (0 a 3 pontos)	2
	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante (0 a 1 ponto)	1
	e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE (0 a 1 ponto)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		9
QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - REPERTÓRIO	a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação (0 a 5 pontos)	3
	b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo (0 a 3 pontos)	2,5
	c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças (0 a 2 pontos)	2
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		7,5
QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4- Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária (0 a 4 pontos)	3
	b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente (0 a 3 pontos)	2
	c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos (0 a 2 pontos)	2
	d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante (0 a 1 ponto)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		8



**CÂMARA MUNICIPAL DE
ALTA FLORESTA**
PODER LEGISLATIVO



FERNANDO SENA SAMPAIO

JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS SUBCOMISSÃO TÉCNICA

QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um (0 a 2 pontos)	<u>1</u>
	b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (0 a 3 pontos)	<u>2</u>
	c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato (0 a 3 pontos)	<u>1</u>
	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante (0 a 1 ponto)	<u>1</u>
	e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE (0 a 1 ponto)	<u>1</u>
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		<u>6</u>
QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - REPERTÓRIO	a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação (0 a 5 pontos)	<u>3</u>
	b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo (0 a 3 pontos)	<u>1</u>
	c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças (0 a 2 pontos)	<u>1</u>
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		<u>5</u>
QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4- Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária (0 a 4 pontos)	<u>3</u>
	b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente (0 a 3 pontos)	<u>1</u>
	c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos (0 a 2 pontos)	<u>1</u>
	d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante (0 a 1 ponto)	<u>1</u>
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		<u>6</u>



JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS SUBCOMISSÃO TÉCNICA

QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um (0 a 2 pontos)	1,5
	b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (0 a 3 pontos)	2,5
	c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato (0 a 3 pontos)	2,5
	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante (0 a 1 ponto)	0,5
	e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE (0 a 1 ponto)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		8
QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - REPERTÓRIO	a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação (0 a 5 pontos)	4,5
	b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo (0 a 3 pontos)	2
	c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças (0 a 2 pontos)	1,5
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		8
QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4- Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária (0 a 4 pontos)	3,5
	b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente (0 a 3 pontos)	2,5
	c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos (0 a 2 pontos)	1,5
	d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante (0 a 1 ponto)	0,5
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		8



Reinaldo Araújo Leal



QUESITO 2	AVALIADORES	PONTUAÇÃO
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	Lindomar Arcanjo Leal	8
	Fernando Sena Sampaio	10
	Rilcelle Nogueira da Silva	9
MÉDIA TOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		27
QUESITO 3	AVALIADORES	PONTUAÇÃO
REPERTÓRIO	Lindomar Arcanjo Leal	8
	Fernando Sena Sampaio	9
	Rilcelle Nogueira da Silva	9,5
MÉDIA TOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		26,5
QUESITO 4	AVALIADORES	PONTUAÇÃO
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	Lindomar Arcanjo Leal	8
	Fernando Sena Sampaio	9
	Rilcelle Nogueira da Silva	9
MÉDIA TOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		26
NOTA FINAL		79,5


Lindomar Arcanjo Leal


Fernando Sena Sampaio


Rilcelle Nogueira da Silva



Ricardo Almeida
8/11/2025

JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS SUBCOMISSÃO TÉCNICA

QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um (0 a 2 pontos)	2
	b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (0 a 3 pontos)	2,5
	c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato (0 a 3 pontos)	2,5
	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante (0 a 1 ponto)	1
	e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE (0 a 1 ponto)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		9
QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - REPERTÓRIO	a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação (0 a 5 pontos)	4,5
	b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo (0 a 3 pontos)	3
	c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças (0 a 2 pontos)	2
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		9,5
QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4- Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária (0 a 4 pontos)	3,5
	b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente (0 a 3 pontos)	2,5
	c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos (0 a 2 pontos)	2
	d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante (0 a 1 ponto)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		9



FERNANDO SENA SAMPAIO

JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS SUBCOMISSÃO TÉCNICA

QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um (0 a 2 pontos)	2
	b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE (0 a 3 pontos)	3
	c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato (0 a 3 pontos)	3
	d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante (0 a 1 ponto)	1
	e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE (0 a 1 ponto)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		10
QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - REPERTÓRIO	a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação (0 a 5 pontos)	4
	b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo (0 a 3 pontos)	3
	c) A qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças (0 a 2 pontos)	2
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		9
QUESITO	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4- Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária (0 a 4 pontos)	3
	b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente (0 a 3 pontos)	3
	c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos (0 a 2 pontos)	2
	d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante (0 a 1 ponto)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		9



**QUADRO DE NOTAS
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS SUBCOMISSÃO
TÉCNICA**

AVALIAÇÃO GERAL		
<u>Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária</u> SUBQUESITO	AVALIADORES	PONTUAÇÃO
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO	Lindomar Arcanjo Leal	12,5
	Fernando Sena Sampaio	10
	Rilcelle Nogueira da Silva	10
MÉDIA TOTAL (MÁXIMO DE 15 PONTOS)		10,83
<u>Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária</u> SUBQUESITO	AVALIADORES	PONTUAÇÃO
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	Lindomar Arcanjo Leal	15,5
	Fernando Sena Sampaio	10
	Rilcelle Nogueira da Silva	10
MÉDIA TOTAL (MÁXIMO DE 20 PONTOS)		11,83
<u>Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária</u> SUBQUESITO	AVALIADORES	PONTUAÇÃO
3 - IDEIA CRIATIVA	Lindomar Arcanjo Leal	19,5
	Fernando Sena Sampaio	13
	Rilcelle Nogueira da Silva	13
MÉDIA TOTAL (MÁXIMO DE 25 PONTOS)		15,16
<u>Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária</u> SUBQUESITO	AVALIADORES	PONTUAÇÃO
4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA	Lindomar Arcanjo Leal	6
	Fernando Sena Sampaio	6
	Rilcelle Nogueira da Silva	6
MÉDIA TOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		6

Lindomar Arcanjo Leal
Membro Subcomissão
Técnica de Avaliação

Fernando Sena Sampaio
Membro Subcomissão
Técnica de Avaliação

Rilcelle Nogueira da Silva
Membro Subcomissão
Técnica de Avaliação



QUADRO DE NOTAS

**JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS SUBCOMISSÃO
TÉCNICA**

Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

Avaliador		
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO	a) Da acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação (0 a 5 pontos)	2,5
	b) Da pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas (0 a 5 pontos)	2
	c) Da assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. (0 a 5 pontos)	3
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 15 PONTOS)		7,5
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	a) A adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação (0 a 6 pontos)	3
	b) A consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito (0 a 2 pontos)	1
	c) As possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos (0 2 pontos)	2
	d) A consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta (0 a 5 pontos)	2,5
	e) A capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	1
	f) A exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento (0 a 2 pontos)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 20 PONTOS)		10,5
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - IDEIA CRIATIVA	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária (0 a 5 pontos)	2
	b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de	



Quarta-feira, 06/06/2025.

	comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	2
	c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo (0 a 5 pontos)	2
	d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam (0 a 3 pontos)	2
	e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (0 a 3 pontos)	1
	f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo (0 a 3 pontos)	1,5
	g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento (0 a 3 pontos)	1,5
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 25 PONTOS)		12
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA	a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	2
	b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 2 pontos)	1
	c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia (0 a 2 pontos)	1
	d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária (0 a 1 ponto)	0,5
	e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia (0 a 1 ponto)	1
	f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência (0 a 1 ponto)	0,5
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		06

FERNANDO SENA SAMPAIO

Fl.



QUADRO DE NOTAS
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS SUBCOMISSÃO
TÉCNICA

Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

Avaliador		
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO	a) Da acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação (0 a 5 pontos)	3
	b) Da pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas (0 a 5 pontos)	3
	c) Da assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. (0 a 5 pontos)	4
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 15 PONTOS)		10
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	a) A adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação (0 a 6 pontos)	3
	b) A consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito (0 a 2 pontos)	1
	c) As possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos (0 2 pontos)	1
	d) A consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta (0 a 5 pontos)	3
	e) A capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	1
	f) A exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento (0 a 2 pontos)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 20 PONTOS)		10
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - IDEIA CRIATIVA	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária (0 a 5 pontos)	3
	b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de	



FERNANDO SENA SAMPAIO

[Signature]

	comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	1
	c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo (0 a 5 pontos)	3
	d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam (0 a 3 pontos)	1
	e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (0 a 3 pontos)	1
	f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo (0 a 3 pontos)	2
	g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento (0 a 3 pontos)	2
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 25 PONTOS)		13
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA	a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	1
	b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 2 pontos)	1
	c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia (0 a 2 pontos)	1
	d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária (0 a 1 ponto)	1
	e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia (0 a 1 ponto)	1
	f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência (0 a 1 ponto)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		6



QUADRO DE NOTAS
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS SUBCOMISSÃO
TÉCNICA

Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

Avaliador		
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO	a) Da acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação (0 a 5 pontos)	4
	b) Da pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas (0 a 5 pontos)	4
	c) Da assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. (0 a 5 pontos)	4,5
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 15 PONTOS)		12,5
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	a) A adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação (0 a 6 pontos)	5
	b) A consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito (0 a 2 pontos)	1
	c) As possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos (0 2 pontos)	1,5
	d) A consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta (0 a 5 pontos)	4,5
	e) A capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	2,5
	f) A exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento (0 a 2 pontos)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 20 PONTOS)		15,5
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - IDEIA CRIATIVA	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária (0 a 5 pontos)	4
	b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de	

Luiz Carlos Arcomp Leo





	comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	2,5
	c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo (0 a 5 pontos)	4
	d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam (0 a 3 pontos)	2,5
	e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (0 a 3 pontos)	2
	f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo (0 a 3 pontos)	2,5
	g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento (0 a 3 pontos)	2
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 25 PONTOS)		19,5
SUBQUESTITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA	a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	2
	b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 2 pontos)	1
	c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia (0 a 2 pontos)	1
	d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária (0 a 1 ponto)	1
	e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia (0 a 1 ponto)	0,5
	f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência (0 a 1 ponto)	0,5
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		6

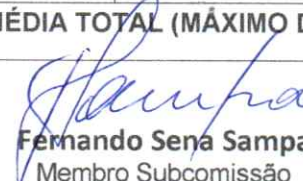


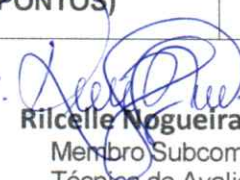


QUADRO DE NOTAS
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS SUBCOMISSÃO
TÉCNICA

AValiação GERAL		
<u>Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária</u> SUBQUESITO	AVALIADORES	PONTUAÇÃO
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO	Lindomar Arcanjo Leal	14
	Fernando Sena Sampaio	12
	Rilcelle Nogueira da Silva	12
MÉDIA TOTAL (MÁXIMO DE 15 PONTOS)		12,66
<u>Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária</u> SUBQUESITO	AVALIADORES	PONTUAÇÃO
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	Lindomar Arcanjo Leal	16,5
	Fernando Sena Sampaio	14
	Rilcelle Nogueira da Silva	15
MÉDIA TOTAL (MÁXIMO DE 20 PONTOS)		15,16
<u>Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária</u> SUBQUESITO	AVALIADORES	PONTUAÇÃO
3 - IDEIA CRIATIVA	Lindomar Arcanjo Leal	21,5
	Fernando Sena Sampaio	18
	Rilcelle Nogueira da Silva	20
MÉDIA TOTAL (MÁXIMO DE 25 PONTOS)		19,83
<u>Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária</u> SUBQUESITO	AVALIADORES	PONTUAÇÃO
4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA	Lindomar Arcanjo Leal	8,5
	Fernando Sena Sampaio	7
	Rilcelle Nogueira da Silva	8
MÉDIA TOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		7,83


Lindomar Arcanjo Leal
Membro Subcomissão
Técnica de Avaliação


Fernando Sena Sampaio
Membro Subcomissão
Técnica de Avaliação


Rilcelle Nogueira da Silva
Membro Subcomissão
Técnica de Avaliação



FERNANDO SENA SAMPAIO

[Signature]

QUADRO DE NOTAS
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS SUBCOMISSÃO
TÉCNICA

Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

Avaliador		
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO	a) Da acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação (0 a 5 pontos)	4
	b) Da pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas (0 a 5 pontos)	4
	c) Da assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. (0 a 5 pontos)	4
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 15 PONTOS)		12
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	a) A adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação (0 a 6 pontos)	5
	b) A consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito (0 a 2 pontos)	1
	c) As possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos (0 2 pontos)	1
	d) A consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta (0 a 5 pontos)	4
	e) A capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	2
	f) A exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento (0 a 2 pontos)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 20 PONTOS)		14
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - IDEIA CRIATIVA	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária (0 a 5 pontos)	4
	b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de	





fernando SENA SAMPAIO

JS

	comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	2
	c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo (0 a 5 pontos)	4
	d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam (0 a 3 pontos)	2
	e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (0 a 3 pontos)	2
	f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo (0 a 3 pontos)	2
	g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento (0 a 3 pontos)	2
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 25 PONTOS)		18
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA	a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	2
	b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 2 pontos)	1
	c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia (0 a 2 pontos)	1
	d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária (0 a 1 ponto)	1
	e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia (0 a 1 ponto)	1
	f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência (0 a 1 ponto)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		7





Ricardo Nogueira da Silva
06/06/2025

QUADRO DE NOTAS
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS SUBCOMISSÃO
TÉCNICA

Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

Avaliador		
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO	a) Da acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação (0 a 5 pontos)	4
	b) Da pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas (0 a 5 pontos)	4
	c) Da assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. (0 a 5 pontos)	4
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 15 PONTOS)		12
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	a) A adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação (0 a 6 pontos)	5
	b) A consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito (0 a 2 pontos)	1
	c) As possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos (0 2 pontos)	2
	d) A consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta (0 a 5 pontos)	4
	e) A capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	2
	f) A exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento (0 a 2 pontos)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 20 PONTOS)		15
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - IDEIA CRIATIVA	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária (0 a 5 pontos)	4
	b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de	





Alcides Pereira da Silva
06/06/2025

	comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	2
	c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo (0 a 5 pontos)	4
	d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam (0 a 3 pontos)	2
	e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (0 a 3 pontos)	3
	f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo (0 a 3 pontos)	3
	g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento (0 a 3 pontos)	2
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 25 PONTOS)		20
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA	a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	2
	b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 2 pontos)	2
	c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia (0 a 2 pontos)	1
	d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária (0 a 1 ponto)	1
	e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia (0 a 1 ponto)	1
	f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência (0 a 1 ponto)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		8



QUADRO DE NOTAS
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS SUBCOMISSÃO
TÉCNICA

Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

Avaliador		
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO	a) Da acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação (0 a 5 pontos)	4,5
	b) Da pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas (0 a 5 pontos)	4,5
	c) Da assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. (0 a 5 pontos)	5
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 15 PONTOS)		14
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	a) A adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação (0 a 6 pontos)	5
	b) A consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito (0 a 2 pontos)	1,5
	c) As possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos (0 2 pontos)	1,5
	d) A consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta (0 a 5 pontos)	4,5
	e) A capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	2,5
	f) A exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento (0 a 2 pontos)	1,5
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 20 PONTOS)		16,5
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - IDEIA CRIATIVA	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária (0 a 5 pontos)	4,5
	b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de	

Andreas Araujo Leo





	comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	2,5
	c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo (0 a 5 pontos)	4
	d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam (0 a 3 pontos)	2,5
	e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (0 a 3 pontos)	2,5
	f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo (0 a 3 pontos)	3
	g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento (0 a 3 pontos)	2,5
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 25 PONTOS)		21,5
SUBQUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA	a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 3 pontos)	2,5
	b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (0 a 2 pontos)	1,5
	c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia (0 a 2 pontos)	1,5
	d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária (0 a 1 ponto)	1
	e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia (0 a 1 ponto)	1
	f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência (0 a 1 ponto)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		8,5

Limodora Proença Leal
06/06/2025

