



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

CÂMARA MUNICIPAL DE LINHARES – ES
Concorrência Pública nº 01/2025 – Agência de Publicidade
Subcomissão Técnica
Planilha de Avaliação - Invólucro nº.1

CAMPANHA Nº.: A CÂMARA DO POVO, COM A CARA DO POVO
AVALIADOR: MARCOS DE MELO LUPPI

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DO AVALIADOR
1. Plano de Comunicação Publicitária		-	-
SUBQUESITOS	I. Raciocínio Básico	5	5
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	20	17
	III. Ideia Criativa	20	15
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	10
PONTUAÇÃO TOTAL		55	47

QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA		AVALIAÇÃO / NOTA	
Subquesto I Raciocínio básico (NOTAS DE 0 A 5)	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da Câmara Municipal de Linhares e do contexto de sua atuação;	CUMPRIU	5 PONTOS
	b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;	CUMPRIU	
	c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pela Câmara Municipal de Linhares e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	CUMPRIU	

Subquesto II Estratégia de Comunicação Publicitária (NOTAS DE 0 A 20)	a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da Câmara Municipal de Linhares, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;	CUMPRIU EM PARTE	17 PONTOS
	b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	CUMPRIU PARCIALMENTE	
	c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da Câmara Municipal de Linhares com seus públicos;	CUMPRIU	
	d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	CUMPRIU	
	e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal de Linhares, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	CUMPRIU	
	f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.	CUMPRIU	



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

Subquesto III Ideia Criativa (NOTAS DE 0 A 20)	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;	CUMPRIU PARCIALMENTE	15 Pontos
	b) a pertinência da solução criativa com a natureza da Câmara Municipal de Linhares, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	CUMPRIU PARCIALMENTE	
	c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;	CUMPRIU	
	d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	CUMPRIU	
	e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	CUMPRIU	
	f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	CUMPRIU	
	g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	CUMPRIU	
Subquesto IV Estratégia de Mídia e Não Mídia (NOTAS DE 0 A 10)	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;	CUMPRIU	10 Pontos
	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;	CUMPRIU	
	c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	CUMPRIU	
	d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	CUMPRIU	
	e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal de Linhares e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;	CUMPRIU	
	f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.	CUMPRIU	

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do Subquesto I - Raciocínio básico:

O licitante cumpriu todos os itens exigidos para a avaliação deste quesito, dissertando bem todos eles. (adequação, pertinência e assertividade)



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do **Subquesto II - Estratégia de Comunicação Publicitária:**

O licitante cumpriu integralmente quase todos os itens exigidos para a avaliação deste subquesto, exceto os itens que se referem a adequação do parque temático e consistências da argumentação também em defesa do partido temático.

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do **Subquesto III - Ideia Criativa:**

O licitante cumpriu integralmente praticamente todos os itens exigidos para a avaliação deste subquesto, contudo no item alinhamento da campanha com a estratégia de comunicação publicitária e a pertinência da solução criativa com a natureza e com o desafio proposto poderia ter defendido e explicitado um pouco mais.



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do **Subquesto IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia:**

O licitante cumpriu todos os itens exigidos para AVALIAÇÃO deste quesito, incluindo estratégia, consistência técnica e eficiência em relação A VERBA

Assinatura do Avaliador: _____

Adriano de Fátima



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

CÂMARA MUNICIPAL DE LINHARES – ES
Concorrência Pública nº 01/2025 – Agência de Publicidade
Subcomissão Técnica
Planilha de Avaliação - Invólucro nº.1

CAMPANHA Nº.: EM CADA DECISÃO TEM AVOZ DO CIDADÃO

AVALIADOR: MARCOS DE MELO LOPPI

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DO AVALIADOR
1. Plano de Comunicação Publicitária		-	-
SUBQUESITOS	I. Raciocínio Básico	5	3
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	20	14
	III. Ideia Criativa	20	15
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	6
PONTUAÇÃO TOTAL		55	38

QUESTO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA		AVALIAÇÃO / NOTA	
Subquesto I Raciocínio básico (NOTAS DE 0 A 5)	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da Câmara Municipal de Linhares e do contexto de sua atuação;	CUMPRIU PARCIALMENTE	3
	b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;	CUMPRIU PARCIALMENTE	
	c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pela Câmara Municipal de Linhares e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	CUMPRIU PARCIALMENTE	

Subquesto II Estratégia de Comunicação Publicitária (NOTAS DE 0 A 20)	a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da Câmara Municipal de Linhares, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;	N CUMPRIU	14
	b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	N CUMPRIU	
	c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da Câmara Municipal de Linhares com seus públicos;	CUMPRIU PARCIALMENTE	
	d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	CUMPRIU PARCIALMENTE	
	e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal de Linhares, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	CUMPRIU PARCIALMENTE	
	f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.	CUMPRIU	



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

Subquestito III Ideia Criativa (NOTAS DE 0 A 20)	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;	CUMPRIU PARCIALMENTE	15
	b) a pertinência da solução criativa com a natureza da Câmara Municipal de Linhares, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	CUMPRIU PARCIALMENTE	
	c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;	CUMPRIU	
	d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	CUMPRIU	
	e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	CUMPRIU PARCIALMENTE	
	f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	PARCIALMENTE	
	g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	CUMPRIU	

Subquestito IV Estratégia de Mídia e Não Mídia (NOTAS DE 0 A 10)	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;	CUMPRIU PARCIALMENTE	6
	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;	CUMPRIU PARCIALMENTE	
	c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	CUMPRIU PARCIALMENTE	
	d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	CUMPRIU PARCIALMENTE	
	e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal de Linhares e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;	CUMPRIU PARCIALMENTE	
	f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.	NÃO CUMPRIU	

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do Subquestito I - Raciocínio básico:

O licitante cumpriu parcialmente todos os itens que são avaliados neste quesito. Parcialmente, pois se mostra genérico e não há muito conhecimento da cidade e das ações específicas da câmara municipal de Linhares, na transformação que está sendo executada com o apoio da câmara.



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do **Subquesto II - Estratégia de Comunicação Publicitária:**

Atender o que o briefing solicitou e bem como defender o conceito criativo da campanha.
CUMPRIU PARCIALMENTE TODOS OS ITENS DA AVALIAÇÃO. CUMPRIU A EXEQUIBILIDADE. E NÃO CUMPRIU A ADEQUAÇÃO E CONSISTÊNCIA DE ARGUMENTAÇÃO DO RASTRO TEMÁTICO

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do **Subquesto III - Ideia Criativa:**

O licitante APRESENTOU O NÚMERO EXATO DE PEÇAS EXIGIDAS NO EDITAL, MAS ALTERA AS PEÇAS SEM GENÉRICAS, APESAR DO FÁCIL ENTENDIMENTO.

HÁ UMA POBREZA ESTÉTICA EM UTILIZAR DE MANEIRA REPETITIVA MUITO TEXTO, ONDE PODERIA CRIAR ALGO MAIS VISUAL



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do Subquesto IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia:

O licitante cumpriu parcialmente quase todos os itens da avaliação, demonstrando não conhecer totalmente os fornecedores de mídia local. ~~Ele~~ listaram apenas alguns dentro as várias opções, inseriu dados genéricos de audiência, e não as locais. E não cumpriu o grau de eficiência e economicidade na utilização da verba referente de investimento.

Assinatura do Avaliador:



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

CÂMARA MUNICIPAL DE LINHARES – ES

Concorrência Pública nº 01/2025 – Agência de Publicidade

Subcomissão Técnica

Planilha de Avaliação - Invólucro nº.1

CAMPANHA Nº.: EM CADA DECISÃO, TEM A VOZ DO CIDADÃO

AVALIADOR: RAFAEL LUCAS

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DO AVALIADOR
1. Plano de Comunicação Publicitária		-	-
SUBQUESITOS	I. Raciocínio Básico	5	3
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	20	15
	III. Ideia Criativa	20	16
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	5
PONTUAÇÃO TOTAL		55	39 Ptos

QUESTO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA		AVALIAÇÃO / NOTA	
Subquesto I Raciocínio básico (NOTAS DE 0 A 5)	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da Câmara Municipal de Linhares e do contexto de sua atuação;	Cumprido parcialmente	3
	b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;	Cumprido parcialmente	
	c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pela Câmara Municipal de Linhares e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	Cumprido parcialmente	

Subquesto II Estratégia de Comunicação Publicitária (NOTAS DE 0 A 20)	a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da Câmara Municipal de Linhares, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;	Não cumprido	15
	b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	Não cumprido	
	c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da Câmara Municipal de Linhares com seus públicos;	Cumprido parcialmente	
	d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	Cumprido parcialmente	
	e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal de Linhares, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	Cumprido parcialmente	
	f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.	Cumprido parcialmente	



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

Subquestito III Ideia Criativa (NOTAS DE 0 A 20)	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;	cumprir parcialmente	16
	b) a pertinência da solução criativa com a natureza da Câmara Municipal de Linhares, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	cumprir parcialmente	
	c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;	cumprir	
	d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	cumprir	
	e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	cumprir parcialmente	
	f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	cumprir parcialmente	
	g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	cumprir	

Subquestito IV Estratégia de Mídia e Não Mídia (NOTAS DE 0 A 10)	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;	cumprir parcialmente	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;	cumprir parcialmente	
	c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	cumprir parcialmente	
	d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	cumprir parcialmente	
	e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal de Linhares e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;	cumprir parcialmente	
	f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.	não cumprir	

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do Subquestito I - Raciocínio básico:

A licitante escreveu de forma muito sucinta e genérica, ~~deixando~~ deixando a desejar neste quesito, deixando a entender que pegar um texto já pronto de outra licitação e só acrescentar a palavra Linhares, ao fazer referência ao momento atual da cidade, mostrando uma cidade bem diferente, que é uma locomotora em constante crescimento econômico. Agradeço-lhe a dica que Linhares é uma cidade de crescente relevância e de vocação agrícola.



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do **Subquesto II - Estratégia de Comunicação Publicitária:**

A escolha do mote da campanha, foi boa, atendeu bem que o briefing solicitou e bem como defendeu bem o conceito criativo da campanha; mas não disse nada sobre os dois pilares básicos da Estratégia de Comunicação publicitária conforme 11.3.2 do edital: ~~exploração~~ Exploração e defesa do período temático e proposição dos pontos centrais, o que dizer, a quem dizer, como dizer quando dizer e que meios de divulgação utilizar.

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do **Subquesto III - Ideia Criativa:**

A Agência apresentou o número exato de peças exigidas no edital, mas aderiu as peças bem pequenas, no quesito layout e informações,



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do **Subquesto IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia:**

A agência demonstrar não conhecer realmente os fornecedores de mídia local. Ela listou apenas alguns dentro de vários opções. Incluiu dados bem genéricos de audiência e não os locais. A licitante também não apresentou a economicidade em relação a verba proposta.

Assinatura do Avaliador: _____

Rafael Bues



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

CÂMARA MUNICIPAL DE LINHARES – ES

Concorrência Pública nº 01/2025 – Agência de Publicidade

Subcomissão Técnica

Planilha de Avaliação - Invólucro nº.1

CAMPANHA Nº.: A CÂMARA DO POVO

AVALIADOR: RAFAEL LUCAS

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DO AVALIADOR
1. Plano de Comunicação Publicitária		-	-
SUBQUESITOS	I. Raciocínio Básico	5	4
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	20	16
	III. Ideia Criativa	20	16
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	10
PONTUAÇÃO TOTAL		55	46 Ptos

QUESTO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA		AVALIAÇÃO / NOTA	
Subquesto I Raciocínio básico (NOTAS DE 0 A 5)	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da Câmara Municipal de Linhares e do contexto de sua atuação;	Cumprir	4 Ptos
	b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;	Cumprir	
	c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pela Câmara Municipal de Linhares e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	Cumprir menor pontuação	

Subquesto II Estratégia de Comunicação Publicitária (NOTAS DE 0 A 20)	a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da Câmara Municipal de Linhares, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;	Cumprir em pontos	16 pontos
	b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	CUMPRIU	
	c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da Câmara Municipal de Linhares com seus públicos;	CUMPRIU PARCIALMENTE	
	d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	CUMPRIU	
	e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal de Linhares, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	CUMPRIU	
	f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.	CUMPRIU PARCIALMENTE	



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

Subquestito III Ideia Criativa (NOTAS DE 0 A 20)	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;	Cumprir parcialmente	16 ptos
	b) a pertinência da solução criativa com a natureza da Câmara Municipal de Linhares, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	Cumprir parcialmente	
	c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;	Cumprir	
	d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	Cumprir	
	e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	Cumprir	
	f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	Cumprir	
	g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	Cumprir	

Subquestito IV Estratégia de Mídia e Não Mídia (NOTAS DE 0 A 10)	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;	Cumprir	10 ptos
	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;	Cumprir	
	c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	Cumprir	
	d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	Cumprir	
	e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal de Linhares e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;	Cumprir	
	f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.	Cumprir	

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do Subquestito I - Raciocínio básico:

A Agência Licitante fez muito bem neste quesito porém faltou escrever mais sobre a assertividade demonstrada em relação ao briefing proposto no que diz respeito ao papel da Câmara de Vereadores.



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do **Subquesto II - Estratégia de Comunicação Publicitária:**

A Agência foi muito feliz na escolha da estratégia de comunicação, tivei alguns pontos pois senti falta de um pouco mais de conteúdo textual da adequação do partido temático, as possibilidades de interpretação positivas e a exequibilidade dos peças e de todos os elementos propostos.

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do **Subquesto III - Ideia Criativa:**

A Agência apresentou com maestria o número de peças solicitadas.

Foi feliz na apresentação dos exemplos com peças publicitárias com ótima técnica e acabamento. Na parte textual, poderia ter desenvolvido melhor o alinhamento da campanha.

Câmara Municipal de Linhares
Palácio Legislativo "Antenor Elias"



com a ~~estratégia~~ estratégia de
comunicação e bem como a pertinência
da solução criada bem associada
em objetivos de comunicação.

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do Subquesto IV -
Estratégia de Mídia e Não Mídia:

A Agência demonstrou um vasto conhecimento
sobre as oportunidades de mídia local
e evidenciou a economicidade, que
é um subquesto exigido no edital.

Assinatura do Avaliador: _____

Rafael Bues



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

CÂMARA MUNICIPAL DE LINHARES – ES

Concorrência Pública nº 01/2025 – Agência de Publicidade

Subcomissão Técnica

Planilha de Avaliação - Invólucro nº.1

CAMPANHA Nº.:

AVALIADOR:

Em cada decisão a voz do povo
Isabela Carvalho Paula

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DO AVALIADOR
1. Plano de Comunicação Publicitária		-	-
SUBQUESITOS	I. Raciocínio Básico	5	3
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	20	12
	III. Ideia Criativa	20	15
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	7
PONTUAÇÃO TOTAL		55	37

QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA		AVALIAÇÃO / NOTA
Subquesto I Raciocínio básico (NOTAS DE 0 A 5)	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da Câmara Municipal de Linhares e do contexto de sua atuação;	CUMPRIU PARCIALMENTE
	b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;	CUMPRIU PARCIALMENTE
	c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pela Câmara Municipal de Linhares e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	CUMPRIU PARCIALMENTE
		3

Subquesto II Estratégia de Comunicação Publicitária (NOTAS DE 0 A 20)	a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da Câmara Municipal de Linhares, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;	NÃO CUMPRIU
	b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	NÃO CUMPRIU
	c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da Câmara Municipal de Linhares com seus públicos;	CUMPRIU PARCIALMENTE
	d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	CUMPRIU PARCIALMENTE
	e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal de Linhares, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	CUMPRIU PARCIALMENTE
	f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.	CUMPRIU PARCIALMENTE



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

Subquesto III Ideia Criativa (NOTAS DE 0 A 20)	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;	CUMPRU	15
	b) a pertinência da solução criativa com a natureza da Câmara Municipal de Linhares, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	PARCIALMENTE CUMPRU	
	c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;	PARCIALMENTE CUMPRU	
	d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	PARCIALMENTE CUMPRU	
	e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	PARCIALMENTE CUMPRU	
	f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	PARCIALMENTE CUMPRU	
	g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	PARCIALMENTE CUMPRU	
		PARCIALMENTE	

Subquesto IV Estratégia de Mídia e Não Mídia (NOTAS DE 0 A 10)	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;	CUMPRU	7
	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;	PARCIALMENTE CUMPRU	
	c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	PARCIALMENTE CUMPRU	
	d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	PARCIALMENTE CUMPRU	
	e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal de Linhares e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;	PARCIALMENTE CUMPRU	
	f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.	NAO CUMPRU	
		PARCIALMENTE	

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do Subquesto I - Raciocínio básico:

Embora tenha feito referência aos 3 pontos dos itens de avaliação (adequação, pertinência e assertividade), o candidato escreveu de forma muito sucinta e genérica, deixando a desejar neste subquesto.



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do Subquesto II - Estratégia de Comunicação Publicitária:

A licitante deixou muito a desejar neste quesito, se limitando basicamente a dizer de forma muito sucinta o papel da Câmara Municipal de Linhares e seus desafios e a depender na composição de cores e outros elementos criativos mas, não citou nada sobre os pilares básicos da estratégia de comunicação publicitária conforme 11.3.2 do edital:

Proposição e defesa do partido teórico e proposição dos pontos centrais (o que dizer, a quem dizer, como dizer quando dizer e que meios de divulgação utilizar);

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do Subquesto III - Ideia Criativa:

A licitante apresentou o menu exato de peças exigidas no edital, mas achei as peças publicitárias bem genéricas, na questão de layout e informações.

Apresentou um design criativo muito simples deixando de explorar técnicas atuais de design gráfico e várias formas de layouts, cumprindo parcialmente o que foi exigido nos itens de avaliação.



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do Subquesto IV -
Estratégia de Mídia e Não Mídia:

A licitante demonstrou não conhecer totalmente os fornecedores de mídias locais. Ela listou apenas alguns dentro de várias opções. Sugeriu a Rádio Atlântica FM, que é uma rádio comunitária, que requer uma série de normas e procedimentos para receber uma publicidade via agência de publicidade. A licitante não apresentou uma boa prática de mídia e na escolha das escolhas de mídia, ignorou todos os gêneros de audiência, e não as locais. A licitante não previu a economicidade em relação a uma ~~boa~~ proposta.

Assinatura do Avaliador: _____



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

CÂMARA MUNICIPAL DE LINHARES – ES
Concorrência Pública nº 01/2025 – Agência de Publicidade
Subcomissão Técnica
Planilha de Avaliação - Invólucro nº.1

CAMPANHA Nº.: A Câmara do Povo com a cara do Povo
AVALIADOR: Isabela Carvalho Barboza

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DO AVALIADOR
1. Plano de Comunicação Publicitária		-	-
SUBQUESITOS	I. Raciocínio Básico	5	5
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária	20	15
	III. Ideia Criativa	20	15
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	10
PONTUAÇÃO TOTAL		55	55

QUESTO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA		AVALIAÇÃO / NOTA	
Subquesto I Raciocínio básico (NOTAS DE 0 A 5)	a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da Câmara Municipal de Linhares e do contexto de sua atuação;	CUMPRIU	5
	b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;	CUMPRIU	
	c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pela Câmara Municipal de Linhares e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.	CUMPRIU	

Subquesto II Estratégia de Comunicação Publicitária (NOTAS DE 0 A 20)	a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da Câmara Municipal de Linhares, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;	CUMPRIU EM PARTES	15
	b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;	CUMPRIU	
	c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da Câmara Municipal de Linhares com seus públicos;	CUMPRIU	
	d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;	CUMPRIU	
	e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal de Linhares, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	CUMPRIU	
	f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.	CUMPRIU PARCIALMENTE	



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

Subquestito III Ideia Criativa (NOTAS DE 0 A 20)	a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;	CUMPRIDO PARCIALMENTE	15
	b) a pertinência da solução criativa com a natureza da Câmara Municipal de Linhares, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;	CUMPRIDO	
	c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;	CUMPRIDO	
	d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;	CUMPRIDO	
	e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	CUMPRIDO	
	f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;	CUMPRIDO	
	g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.	CUMPRIDO PARCIALMENTE	

Subquestito IV Estratégia de Mídia e Não Mídia (NOTAS DE 0 A 10)	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;	CUMPRIDO	10
	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;	CUMPRIDO	
	c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;	CUMPRIDO	
	d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;	CUMPRIDO	
	e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal de Linhares e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;	CUMPRIDO	
	f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.	CUMPRIDO	

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do Subquestito I - Raciocínio básico:

A licitante foi muito bem nesse quesito. Demonstrei conhecimento da cidade e do papel da câmara de Linhares dentro do que foi solicitado no briefing.



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do **Subquesto II - Estratégia de Comunicação Publicitária:**

A licitante apresentou bem, apresentou e desenvolveu os aspectos propostos no briefing, mas poderia ter escrito um pouco mais. Em algumas oportunidades foi muito sucinto.

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do **Subquesto III - Ideia Criativa:**

Foi apresentada com design moderno e atual, a ideia da Câmara amadeirada no slogan, escolhendo parecer uma grande sensação de pertinência. Mas, na parte textual a empresa não detalhou totalmente a ideia da ideia criativa. Por esse motivo retirei alguns pontos.



Câmara Municipal de Linhares

Palácio Legislativo "Antenor Elias"

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do **Subquesto IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia:**

nota 10. nesse subquesto, os licitantes demonstram grande percepção e conhecimento das oportunidades de mídia. Ela notou e a adotou perfeitamente no briefing. Excepciona a economicidade.

Assinatura do Avaliador: _____