



CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES DE CARLOS BARBOSA
ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

EDITAL DE CONCORRÊNCIA 001/2023

ATA DE SESSÃO PÚBLICA

Ata de sessão pública, realizada às nove horas do dia quinze de setembro de dois mil e vinte três, na sala de Licitações da Prefeitura Municipal, sito à Rua Assis Brasil, número onze, em Carlos Barbosa, que tem como objeto a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade e propaganda institucional, divulgação de atos, programas, serviços e campanhas da Câmara de Vereadores de Carlos Barbosa. Presentes os membros da Comissão de Licitações: Gabriel Guarnieri, Jorge de Souza Bronzato Jr. e Tais Aimi. Presentes também na sessão os representantes das empresas **LENCINA, MARQUES E JOHANN PUBLICIDADE E CONSULTORIA LTDA**, Sr. Arthur Luis Lencina Machado da Veiga, portador do documento de Identidade nº 3084942428 e **ALVO GLOBAL PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**, Sr. Aliandro João Consoli, portador do documento de Identidade nº 1067689198.

Em continuidade aos procedimentos da presente licitação, a comissão recebeu os invólucros nº 1 e nº 3 de ambas licitantes com as respectivas notas da subcomissão técnica. Foram, então, abertos os invólucros nº 2 para identificação das notas, que ficaram conforme disposto abaixo:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA "01" - ALVO GLOBAL PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA		
ITEM	ANÁLISE	NOTA
Raciocínio Básico	Demonstra conhecimento sobre o município de Carlos Barbosa e a Câmara de Vereadores, porém apresentou proposta para o problema de comunicação de forma muito genérica.	8,0
Estratégia de Comunicação Publicitária	Apresentou de forma genérica a proposta, sem inovação e sem apresentar pontuais estratégias de forma explícita de como superar os desafios propostas.	8,0
Ideia Criativa	Utilizou peças com muitos elementos visuais; na proposta de folder apresenta muito texto, tornando-o pouco atrativo. As informações não aparecem organizadas. Os modelos estão de braços cruzados, não remetendo ao convite em participar. As imagens de fundo remetem ao município, podendo causar confusão de que realmente a comunicação é da Câmara de Vereadores.	7,5
Estratégia de Mídia e Não Mídia	Apresenta de forma sucinta, sem muito detalhamento de como será utilizada a campanha, contudo a escolha dos veículos condiz com a realidade, bem como a distribuição de valores entre as mídias.	8,5
NOTA FINAL		32,0

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA "02" - LENCINA, MARQUES E JOHANN PUBLICIDADE E CONSULTORIA LTDA		
ITEM	ANÁLISE	NOTA
Raciocínio Básico	Demonstrou não ter conhecimento muito aprofundado sobre o município de Carlos Barbosa (não se destaca pela produção vinícola),	8,0



CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES DE CARLOS BARBOSA
ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

	no entanto propôs de forma clara os entendimentos sobre os desafios da comunicação a serem enfrentados.	
Estratégia de Comunicação Publicitária	Apresentou proposta clara e inovadora de como resolver o problema de comunicação utilizando diferentes estratégias. Apresentou maior clareza de como cada meio será utilizado para isso, incluindo o envolvimento dos vereadores.	9,0
Ideia Criativa	Utilizou peças de forma clara, limpa, objetiva e consistente. As informações aparecem organizadas e diretas. As imagens remetem à ação dos cidadãos, como braços erguidos, o que faz com que o público-alvo se sinta convidado a participar. A identidade visual aparece renovada com esta proposta.	9,5
Estratégia de Mídia e Não Mídia	Apresentou melhor detalhamento de como serão utilizados os veículos, porém apresentou veículos que não atingem de forma significativa os cidadãos do município. Apresentou de forma inovadora e consistente de como utilizar a comunicação, através de pesquisa.	8,5
NOTA FINAL		35,0

De forma complementar, a comissão recebeu as notas referentes ao invólucro nº 3, conforme segue:

PROPOSTA – ALVO GLOBAL PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA		
ITEM	ANÁLISE	NOTA
CURRÍCULO DOS PROFISSIONAIS	VÁRIOS PROFISSIONAIS COM DIVERSAS FORMAÇÕES, QUE CONDIZEM COM O TRABALHO A SER REALIZADO.	10
CAPACIDADE E EXPERIÊNCIA DE ATENDIMENTO	BOA ESTRUTURA, COM RECURSO MATERIAL E HUMANO NECESSÁRIOS PARA REALIZAÇÃO DO TRABALHO.	10
REPERTÓRIO	APRESENTOU DIVERSOS ATESTADOS E MATERIAIS DE INSTITUIÇÕES DIVERSAS. ATENDE CÂMARA DE VEREADORES, O QUE PODE SER BENÉFICO PARA ESTE TRABALHO.	10
NOTA FINAL		30

PROPOSTA – LENCINA, MARQUES E JOHANN PUBLICIDADE E CONSULTORIA LTDA		
ITEM	ANÁLISE	NOTA
CURRÍCULO DOS PROFISSIONAIS	VÁRIOS PROFISSIONAIS COM DIVERSAS FORMAÇÕES, QUE CONDIZEM COM O TRABALHO A SER REALIZADO.	10
CAPACIDADE E EXPERIÊNCIA DE ATENDIMENTO	BOA ESTRUTURA, COM RECURSO MATERIAL E HUMANO NECESSÁRIOS PARA REALIZAÇÃO DO TRABALHO.	10
REPERTÓRIO	APRESENTOU ATESTADOS DE CAPACIDADE TÉCNICA DE DUAS INSTITUIÇÕES, PORÉM MATERIAIS DE INSTITUIÇÕES DIVERSAS.	9,5
NOTA FINAL		29,5



CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES DE CARLOS BARBOSA
ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Portanto, as notas finais restaram conforme segue:

EMPRESA	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	PROPOSTA	NOTA TOTAL
ALVO GLOBAL PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA	32	30	62
LENCINA, MARQUES E JOHANN PUBLICIDADE E CONSULTORIA LTDA	35	29,5	64,5

A comissão recebeu, na data de hoje, recurso da empresa **LENCINA, MARQUES E JOHANN PUBLICIDADE E CONSULTORIA LTDA** referente aos critérios empregados na atribuição das notas do invólucro nº 3. Abre-se prazo legal para recursos referente às avaliações de ambos invólucros, nº 1 e nº 3, conforme acordado entre os participantes. Nada mais havendo a constar, foi encerrada a presente sessão, cuja ata foi lavrada e assinada pelos licitantes e comissão de licitações.