



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

EDITAL DE CONCORRÊNCIA 001/2023

ATA DA REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Ata de licitação modalidade CONCORRÊNCIA número um do ano de dois mil e vinte e três, realizada às nove horas e trinta minutos do dia vinte e cinco de agosto de dois mil e vinte e três, na sala de licitações da Prefeitura Municipal, situada à Rua Assis Brasil, número onze, em Carlos Barbosa, que tem como objeto a contratação de empresa para prestação de serviços de publicidade e propaganda para a Câmara de Vereadores de Carlos Barbosa. Presentes os membros da Subcomissão técnica, Denise Zwirtes, Milena Segalin e Vanessa Dotta, com o intuito de avaliar as propostas constantes no invólucro nº 1, conforme os resultados abaixo elencados:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA "01"		
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"		
ITEM	ANÁLISE	NOTA
Raciocínio Básico	Demonstrou não ter conhecimento muito aprofundado sobre o município de Carlos Barbosa (não se destaca pela produção vinícola), no entanto propôs de forma clara os entendimentos sobre os desafios da comunicação a serem enfrentados.	8,0
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	9,5



	braços erguidos, o que faz com que o público-alvo se sinta convidado a participar. A identidade visual aparece renovada com esta proposta.	
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

Nada mais havendo a constar, foi encerrada a presente sessão, cuja ata foi lavrada e assinada pelos membros da Subcomissão Técnica.

DENISE ZWIRTES

MILENA SEGALIN

VANESSA DOTTA