Ata de avaliação das Propostas Técnicas apresentadas para a Concorrência Pública nº 58/2019, envelope nº 01, realizada pela Subcomissão Técnica composta pelos seguintes membros: Breno Takahashi, Cristina Maria Schmitt Miranda e Jéssica Christine Bilck Bolsoni. A Subcomissão Técnica reuniu-se no dia 04 de Novembro de 2019 para avaliação das propostas apresentadas pelas concorrentes, conforme critérios estabelecidos no edital de licitação. No que se refere a avaliação do envelope nº 01, a subcomissão registra as seguintes considerações: 1) Algumas das concorrentes limitaram-se, basicamente, às informações do briefing ou informações genéricas para composição do raciocínio básico, sem se diferenciar em informações acerca do cliente, inclusive com informações fora de contexto e que não agregam ao desenvolvimento do plano de comunicação. 2 A proponente da campanha "**Encontro de duas culturas numa festa para todos**" foi penalizada com redução da pontuação porque não aplicou na arte a informação de estacionamento e entrada gratuitos, e não fez consta no orçamento o valor da produção ou aquisição da imagem/foto da campanha. 3) A proponente da campanha "**Uma festa que já faz parte da família**" apresentou a defesa de criação no item "Ideia Criativa", quando deveria constar apenas Estratégia de Comunicação. Faltou a logo da Festa no VT e local da Festa está errado na aplicação das artes. Todas as artes estão com a data errada, onde colocaram de 4 a 13 sendo que no briefing foi solicitado de 9 a 12 de outubro. Veículos escolhidos com falha na justificativa, Timbó tem 3 Jornais, sendo JMV de circulação Bissemanal, Café Impresso de circulação semanal e Jornal A Cidade de circulação quinzenal. Localização dos pontos de outdoor escolhidos de forma equivocada, uma vez que o briefing menciona Timbó e região do médio Vale e Jaraguá não pertence a essa região. Da mesma forma não consideraram as cidades próximas a Timbó, como Rodeio, Rio dos Cedros e Blumenau e outras. 4) A proponente da campanha "**Alemanha e Itália se encontram aqui**" mencionou em seu plano o outdoor simples, porém não apresentou o layout. No orçamento não foi localizado o valor de criação dos novos mascotes. 5) A proponente da campanha "**Alegria, Gastronomia e Tradição**" se propõe a uma campanha com forte apelo emocional, porém não demonstra isso na sua proposta, gerando confusão no desdobramento da estratégia e a ideia criativa. Os layouts têm em sua composição cores muito escuras, o slogan tem mais destaque que a logo da festa, o local está errado e as imagens sugeridas são, supostamente do arquivo da festa, em que não necessariamente se dispõe de resolução suficiente e nem de imagens adequadas da nova realeza da festa, por exemplo. A aplicação da arte tem algumas falhas pontuais, como o outdoor com excesso de informação e pouco contraste com o texto, dificultando a leitura. A mídia também apresenta aspectos duvidosos como Outdoor na BR101 em detrimento a uma comunicação nas cidades próximas, como Rodeio, Rio dos Cedros e Benedito, priorizando o turismo regionalizado. Na proposta cita post impulsionado mas não apresenta layout, embora conste no orçamento. 6) A proponente da campanha "**Alegria para a família toda**" apresentou uma comunicação com algumas incoerências no desdobramento da proposta na medida em que se

propõe a uma campanha com conceito focado na família e apresenta arte com imagem de barril. Apresentou apenas 4 artes (adaptações), não considerando a linguagem adequada para cada meio. Em todas as peças não fez constar a logo oficial da festa, e o local do evento com erro. O layout difere da estratégia de comunicação. O plano de comunicação mostra falta de conhecimento e planejamento de mídia, com baixa frequência por longo período. Valores das mídias, principalmente de rádio estão fora dos valores de tabela dos veículos. Na planilha em anexo consta o detalhamento das notas. Timbó, 04 de Novembro de 2019.

Subcomissão Técnica:

Breno Takahashi

Cristina Maria Schmitt Miranda

Jéssica Christine Bilck Bolsoni

Ata de avaliação das Propostas Técnicas apresentadas para a Concorrência Pública nº 58/2019, envelope nº 02, realizada pela Subcomissão Técnica composta pelos seguintes membros: Breno Takahashi, Cristina Maria Schmitt Miranda e Jéssica Christine Bilck Bolsoni. A Subcomissão Técnica reuniu-se no dia 04 de Novembro de 2019 para avaliação das propostas apresentadas pelas concorrentes, conforme critérios estabelecidos no edital de licitação. Sobre a avaliação do envelope nº 02, a proponente EZCUZÊ apresentou disponibilidade de equipe para atendimento e outros serviços da agência , equipamentos e prazos compatíveis com a realidade dos serviços. O atendimento a outros clientes apresentou solidez, com clientes desde 2012 e prefeituras desde 2018. A agência MAGICA apresenta pequeno quadro de funcionários a disposição, mas ainda assim é possível realizar o atendimento, equipamentos e os prazos estão dentro da média geral apresentada e o quadro com clientes a partir de 2013, na apresentação do material em CD/DVD foi encontrado CD's vazios, sem nenhum arquivo. A agência 9mm apresentou quadro de funcionários a disposição da prefeitura razoável, com capacidade de atendimento, equipamento e prazos de entrega compatíveis com a realidade. O quadro de clientes apresentados desde 2016. FREE Comunicação apresentou com clareza a disponibilidade de sua equipe, equipamentos, estrutura geral e propõe-se a realizar o atendimento de maneira rápida, compatível com a realidade e apresentou solidez na relação com os clientes e histórico de atuação com cliente desde 1996. A proponente TEMPERO Propaganda apresentou a disponibilidade da equipe e estrutura geral, esclarecendo que seus equipamentos são "adaptados a cada função da agência", e atendimento compatível com a realidade. A proponente apresentou tempo de relação com os clientes. Na planilha em anexo consta o detalhamento das notas. Timbó, 04 de Novembro de 2019.

Subcomissão Técnica:

Breno Takahashi

Cristina Maria Schmitt Miranda

Jéssica Christine Bilck Bolsoni