

Ata de avaliação das Propostas Técnicas apresentadas para a Licitação SAMAE Timbó (06/2023), envelope nº 1, realizada pela Subcomissão Técnica composta pelos seguintes membros: Cristhofer Osmar Weissheimer Prawutzki, Janine Kuroski e Raquel Briana Piske. A subcomissão reuniu-se no dia 24 de abril de 2024 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 propostas não atentaram-se ao briefing de que não basta ter uma caixa d'água, é preciso que ela seja do tamanho correto. O que resultou no desconto de pontuação, já que o objetivo da campanha era justamente informar sobre o tamanho correto da caixa d'água. Também foi considerado-se o diferencial criativo, visto que algumas propostas tinham materiais bastante parecidos. Mas além da criatividade, analisou-se a adequação da campanha e o caminho que ela alcançaria os objetivos pretendidos. 2) A proponente da campanha "**Caixa d'água no tamanho da sua família**" apresenta uma boa linha de raciocínio na hora de apresentar a proposta. A proposta é criativa e transmite seriedade necessária nas chamadas e tom de voz utilizado nos textos. Os materiais permitem diferentes adaptações. 3) A proponente da campanha "**Com a caixa d'água certa, ninguém se aperta**" apresenta peças com uma boa sacada criativa, mas que limita-se a isso, todos os materiais ficaram iguais, só mudando o texto. No outdoor poderia ter algum tipo de chamada ou orientação para que as pessoas possam buscar mais informações. A mídia na conta da água foi uma boa oportunidade. 4) A proponente da campanha "**Programa Caixa D'água na Medida Certa. Se organizar direitinho, todos terão água**" demonstrou pouco conhecimento da cidade durante o raciocínio básico, mencionou eventos que nem existem na cidade com estes nomes, como Festival da Cerveja Artesanal, Osterdorf e Weihnachtsdorf. A linha criativa pode abrir margem para interpretações negativas para a campanha, "se organizar direitinho todos terão água", pode ser interpretado que é normal não ter água. Na peça Spot apresenta a problemática de caixa d'água grande demais, ao invés de partir do princípio de que a caixa é pequena e não dará conta do consumo, dando também a impressão de que uma pessoa tira a água da outra. Demonstrou pouco conhecimento de veículos da cidade, visto que o público alvo são os timboenses: uso de televisão em programas que nem tem programação local naquele horário. Também não utiliza nenhuma rádio de Timbó, somente rádios de Blumenau (Rádios Massa, Menina e Atlântida). 5) A proponente da campanha "**Instale uma caixa d'água tamanho (da sua) família**" tem um mote sugestivo para levar a ação das pessoas. Os desdobramentos das peças não seguem uma unidade no conceito, por exemplo, no rádio usam futebol e o painel é com ilustração. Defendeu bem os veículos utilizados e período da campanha. Apresentou dados satisfatórios. No outdoor poderia ter algum tipo de chamada ou orientação para que as pessoas possam buscar mais informações. 6) A proponente da campanha "**Para a água não faltar, basta reservar**" deixou a desejar na qualidade técnica e na harmonia dos materiais. Na peça Carrossel direciona para o site na segunda arte, mas a arte continua. Os materiais são nada didáticos, no próprio carrossel, por exemplo, não tem informação de quantos litros é a média consumida por pessoa, para que as pessoas saibam quanta água precisam reservar para não faltar. Em nenhum material menciona a quantidade, sempre em todos menciona de levar para o site para informações técnicas. Isso acaba dificultando o acesso a esta informação que é primordial na campanha. 7) A proponente da campanha "**Água, não dá pra não ter. Instale já a sua caixa d'água**" não desenvolveu bem a linha de raciocínio, com dados soltos e aleatórios sobre o município. O briefing do edital era uma campanha sobre ter uma caixa d'água do

Raquel

tamanho adequado para o número de residentes, mas esta proposta se resumiu a ter ou não ter uma caixa d'água na residência. O mote é um confuso, com o uso de vários 'nãos'. As peças de criação não constam legenda do que é cada uma, além de terem poucos desdobramentos criativos. O texto que consta em um das peças, a que possui um QRCode, não segue em nada a linha do briefing sobre o tamanho adequado de caixa d'água, menciona qualidades da cidade, e depois fala sobre falta de água, sem explicar sobre a questão do tamanho da caixa d'água em si. As tabelas de mídia estavam distribuídas de forma bastante confusa, o que dificultou a compreensão dos dados ali apresentados. Timbó, 24 de abril de 2024.

**Subcomissão Técnica:**



Cristhofer Osmar Weissheimer Prawutzki



Janine Kuroski

Raquel Briana Piske  
Raquel Briana Piske

Ata de avaliação das Propostas Técnicas apresentadas para a Licitação SAMAE Timbó (06/2023), envelope nº 2, realizada pela Subcomissão Técnica composta pelos seguintes membros: Cristhofer Osmar Weissheimer Prawutzki, Janine Kuroski e Raquel Briana Piske. A subcomissão reuniu-se no dia 02 de maio de 2024 para avaliação das propostas apresentadas pelas concorrentes, conforme critérios estabelecidos no edital de licitação. Sobre a avaliação do envelope nº 02, a proponente TIRIVA apresentou disponibilidade de equipe para atendimento, assim como equipamentos e prazos compatíveis com a realidade dos serviços. A agência TRETROFROES verificou-se pouca experiência com órgãos públicos. Equipe e equipamentos razoáveis para atendimento ao Samae Timbó. Quadro de clientes apresentado desde 2021. A agência EURO não especifica quanto aos prazos para elaboração de materiais e campanhas, é falado sobre como funciona a sistemática de atendimento, mas sem especificar. A proponente TEMPERO apresentou um bom repertório de clientes, com experiência em órgãos públicos. Especificou sobre os prazos para os serviços, que são compatíveis com a realidade. A agência FREE apresentou uma boa disponibilidade de equipe para o Samae Timbó, com equipamentos e prazos que são compatíveis com a realidade das demandas, assim como uma ampla experiência com clientes do setor público. A proponente TEMPO BRASIL possui uma experiente equipe, com disponibilidade e equipamentos adequados para atender as demandas do Samae Timbó. Apresentou bons materiais de repertórios de clientes. Timbó, 02 de maio de 2024.

**Subcomissão Técnica:**



Cristhofer Osmar Weissheimer Prawutzki



Janine Kuroski

Raquel Briana Piske

Raquel Briana Piske



**ENVELOPE 1 - SEM IDENTIFICAÇÃO (SEPARADO POR CAMPANHA)**

PLANO DE COMUNICAÇÃO	CAMPANHA - Caixa d'água no tamanho da sua família				CAMPANHA - Com a caixa d'água certa, ninguém se aperta				CAMPANHA - Programa Caixa D'água na Medida Certa. Se organizar direitinho, todos terão água				CAMPANHA - Instale uma caixa d'água tamanho (da sua) família				CAMPANHA - Para a água não faltar, basta reservar				CAMPANHA - Água, não dá pra não ter. Instale já a sua caixa d'água			
	Cristhofer	Janine	Raquel		Cristhofer	Janine	Raquel		Cristhofer	Janine	Raquel		Cristhofer	Janine	Raquel		Cristhofer	Janine	Raquel					
1 RACIOCÍNIO BÁSICO (MAX 15 PONTOS) (3,75)	A	11,7	12,5	12,2	11,4	10,5	10,4	10,6	12	10,3	10,3	11,8	14	13,9	11,6	10	7,2	11,4	9,8	11,4	55	53,6	40,1	
	B	3	3	3,2	2,8	2,8	2,9	2,9	3	2,3	2,3	3	3,5	3,5	3,5	3	2	2,8	2,5	2,8	11,4	9,8	10,5	
	C	2,8	3	3	2,9	2,6	2,7	2	2	3	2,8	2,8	2,8	3,5	3,5	3,5	2	2	2,9	2,5	2,9	2,5	2,5	2,5
	D	2,9	3	3	2,9	2,5	2	2	2,8	3	2,7	2,7	2,9	3,5	3,4	2	2	2	2,7	2,3	2,7	2,3	2,3	2,8
2 RACIOCÍNIO BÁSICO (MAX 15 PONTOS) (3,75)	A	15,6	18	16,2	14,4	15,5	10,7	13,3	11,3	11,4	13,1	17	18	13,9	11,8	10	9	13,1	12	12,7	12,7	12	8	
	B	4,8	5	4,2	4,6	4,5	3,1	4,1	2,8	2,9	4,7	5	4,5	4,5	4,3	3	2	4,7	4	4,7	4,7	4	2	
	C	3,9	4,5	4	3,8	4	2,8	2,7	3	2,9	2,9	2,8	4	4,5	2,7	2	2	2,8	3	2,9	2,9	3	2	2
	D	4	4,5	4	3,5	4	2	3,5	3,5	3,5	2,8	4	4,5	4,5	3,1	3	3	3,1	2,5	2,7	2,7	2,5	2	2
3 ESTRATÉGIA DE COM. (MAX 25 PONTOS) (3,125)	A	22,9	23,9	18,8	18,2	22,725	17,5	16,9	16	13,6	18	20,5	22,4	18	12	12	8	12	16	16	16	16,8	8	
	B	3,1	3	3	3,3	2,8	3	2,7	2	1,9	3	3	3	3	1	1	1	1	2	2	2	2	1	
	C	2,7	3	2	1,3	2,8	2,5	1	2	1,9	1,5	2	2,5	2,5	2	1	1	1	1,5	1,4	1,4	1,7	1	
	D	3	3,1	2,5	2,7	2,8	2	2	2	1,9	2,9	3	3	3	2	2	1	2	1,8	2	1,8	2	1	
	E	2,9	2,8	2,8	1,6	2,8	2,2	2,2	2,2	2	1,5	2	2,6	2,6	1	1	1	1	1,4	1,9	1,9	2	1	
	F	3	3	2,5	2,8	3,125	2,1	2,2	2,2	2	1,5	3	3	3	3	2	2	2	2,8	2,8	2,8	2,8	1	
	G	3,1	3	2	2	2,8	2	2,1	2,1	2	1,5	2,5	2,9	2,9	2	2	1	2	2,3	2,3	2,3	2,3	1	
	H	3,1	3	2	2,3	2,8	1,8	2	2	1,5	1,5	2,1	2,5	2,5	2,1	2	1	2	1,8	1,8	1,8	2	1	
4 ESTRATÉGIA DE MÍDIA (MAX 20 PONTOS) (4)	A	17,9	13	16,1	17	13,4	12,9	17,8	13,5	6	17,1	17,5	19,15	13	11,5	16,9	14,9	15	14,9	15	15	13,6		
	B	4	3	3,8	3,9	2,8	2,7	3	2,8	1,2	4	4	4	4	2,2	2	3,5	3,9	3	3,9	3	3,7		
	C	3,8	3	3	2,8	2,7	2,5	2,8	2,7	1,2	3	3	4	4	2,8	2,5	3,5	2,7	3	2,7	3	3		
	D	3,9	4	3,2	2,3	2,6	2,5	4	2,7	1,2	3,1	3	3,75	3,75	2,1	2	3,5	2,3	2,3	2,3	2,5	2,8		
	E	3,2	3,5	3,1	4	2,8	2,7	4	4	1,2	4	4	3,7	3,7	2,1	2	3,2	2,9	3,5	2,9	3,5	2	2,1	

<b>SOMA TOTAL DE PONTOS</b>	68,1	67,4	63,3	61	62,125	51,5	58,6	52,8	41,3	60	69	73,45	48,4	43,5	41,1	55	53,6	40,1
-----------------------------	------	------	------	----	--------	------	------	------	------	----	----	-------	------	------	------	----	------	------

<b>MÉDIA DOS PONTOS</b>	<b>66,26666667</b>																<b>44,33333333</b>			<b>49,56666667</b>		
-------------------------	--------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------------	--	--	--------------------	--	--

Raquel Briana Piske



**ENVELOPE 2 - IDENTIFICADO**

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES	Tíriwa						Trentofroes						Tempero						Free						Euro						Tempo Brasil					
	Cristhofer		Janine		Raquel		Cristhofer		Janine		Raquel		Cristhofer		Janine		Raquel		Cristhofer		Janine		Raquel		Cristhofer		Janine		Raquel							
1	16,7	16,3	16,5	8,6	8,2	7,4	7,4	8,2	3,2	3,6	8,7	8,7	17,2	16,2	19,1	19,5	19,4	11,5	11,9	11,8	19,1	19,3	18,9	6,5	5,9	5,8	9,7	9,7	9,4							
	8,7	8,8	8,5	8,5	3,2	3,4	3,4	3,2	3,2	3,6	8,7	8,7	8,7	8,7	9,7	10	9,8	11,5	11,9	11,8	19,1	19,3	18,9	6,5	5,9	5,8	9,7	9,7	9,4							
	2,2	2,1	2	1	0,9	1	1	0,9	0,9	1	2,1	2,1	2,1	2	2,5	2,5	2,5	1,2	1	0,8	2,5	2,5	2,4	1,2	1	0,8	2,5	2,5	2,4							
	2	1,9	2	0,8	0,7	0,8	0,8	0,8	0,7	0,8	1,9	1,9	1,9	1,9	2,5	2,5	2,5	2,5	2,3	2,3	2,4	2,5	2,5	2,5	2,5	2,3	2,4	2,5	2,5	2,5						
2	2,5	2,5	2,5	2,5	0,8	0,8	0,9	0,8	0,8	1	2,4	2,4	2,4	2,3	2,5	2,5	2,5	2,1	2	1,9	2,2	2,3	2,2	2,1	2	1,9	2,5	2,5	2,3							
	8	7,5	8	5	5	4	4	5	5	5	8	8,5	8,5	7,5	9,4	9,5	9,6	5	6	6	9,4	9,6	9,5	5	6	6	9,4	9,6	9,5							
	8	7,5	8	5	5	4	4	5	5	5	8	8,5	8,5	7,5	9,4	9,5	9,6	5	6	6	9,4	9,6	9,5	5	6	6	9,4	9,6	9,5							
	8	7,5	8	5	5	4	4	5	5	5	8	8,5	8,5	7,5	9,4	9,5	9,6	5	6	6	9,4	9,6	9,5	5	6	6	9,4	9,6	9,5							
SOMA TOTAL DE PONTOS	16,7	16,3	16,5	8,6	8,2	7,4	7,4	8,2	8,2	8,6	16,9	17,2	16,2	19,1	19,5	19,4	11,5	11,9	11,8	19,1	19,3	18,9	11,5	11,9	11,8	19,1	19,3	18,9								
MÉDIA DOS PONTOS	16,50																																			
REPETÓRIO E SOLUÇÕES (MAX 10 PONTOS)	16,77																																			
RELATO DE ATENDIMENTO (MAX 10 PONTOS)	19,33																																			
	11,73																																			
	19,10																																			

Raquel Briana Pigke

