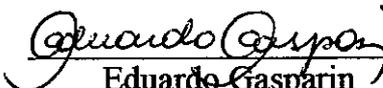
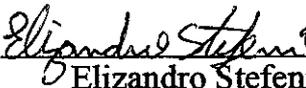
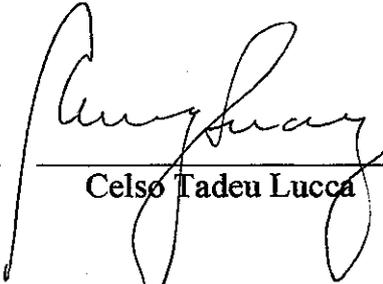


Ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária

Aos 11 (onze) dias do mês de setembro de 2020, às 14 horas, reuniram-se no Auditório da Prefeitura Municipal de Palmitos, os membros integrantes da subcomissão técnica designada, para julgamento do critério de qualidade técnica das propostas. Para iniciar os trabalhos, foram abertos os envelopes contendo as propostas técnicas. Após avaliação de cada item, foram atribuídas notas para o tema **“Invista em Palmitos”**, onde constatou-se que, com relação ao raciocínio básico a ideia mostrou-se eficaz; a estratégia de comunicação publicitária trouxe pontos importantes, no entanto trouxe um tema mais ligadas ao negócio e investimento urbano, porém com bom raciocínio. Outra questão diz respeito à não execução de material impresso. Embora não atrapalhe o desenvolvimento do raciocínio, avaliando a realidade local, é um fato a ser observado. A ideia criativa também foi desenvolvida de forma correta, com material gráfico que chama a atenção. Com relação à estratégia de mídia, ponderamos que ao avaliar a realidade local, a utilização de outdoor e youtube precisam ser reavaliados, bem como a distribuição dos valores, onde mais de 50% do total seria utilizado para custos internos. Com relação ao tema **“Um lugar para Viver e Prosperar”**, com relação ao raciocínio básico, traz algumas inconsistências, como ainda ser sede da 29ª Secretaria de Desenvolvimento Regional, fato que não é mais presente, desde 2018. Porém, o tema trouxe elementos importantes, como a questão social, econômica e agropecuária. A estratégia de comunicação trouxe boas relações do que pode ser explorado no município. A ideia criativa também foi bem desenvolvida, com elementos importantes sobre a realidade local. Com relação à aplicação dos recursos, contata-se que houve destinação de valores para uma rádio de fora do município, além do Jornal da Cooper A1, que é próprio da Cooperativa, além da falta de recursos para aplicação nos demais jornais que fazem parte do dia-a-dia do município. Com relação ao tema **“Viva Palmitos”**, com relação ao raciocínio básico, trouxe um conhecimento da realidade do município, valorizando os setores produtivos e o desenvolvimento da ideia. A estratégia de comunicação trouxe boas relações do que pode ser explorado no município, mostrando um conhecimento amplo sobre a realidade local. A ideia criativa também foi bem desenvolvida, com elementos importantes sobre a realidade local. Com relação à aplicação dos recursos, houve uma aplicação extremamente técnica e correta, com destinação dos recursos ao fim que se espera. Com relação à proposta técnica, nos invólucros identificados com os nomes das empresas, não encontrou-se uma disparidade muito grande nas notas atribuídas, visto que tanto a capacidade de atendimento revelada; repertório e relatos de soluções de problemas de comunicação foram muito bem expostos pelas empresas TIG; Tempero Propaganda; e Polo Publicidade. Sendo o que se apresenta para o momento, a ata segue assinada pelos integrantes da subcomissão técnica.


Eduardo Gasparin


Elizandro Stefani


Celso Tadeu Lucca





