



CIRCULAR Nº 001

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 010/2023 – PROCESSO Nº 29.913/2023

ABERTURA DIA 19/02/2024 ÀS 14 HORAS

Objeto: Contratação de serviços de publicidade, compreendendo estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação com canais de mídias e para produção de materiais publicitários, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e meios de divulgação, a serem prestados por uma agência de propaganda.

DOS PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS

1. **Referente ao subitem 1.1. do ANEXO II do Edital, onde:**

1.1. *A licitante apresentará Plano de Comunicação, elaborado exclusivamente com base no Briefing, e deverá acondicionar o conteúdo em até 30 (trinta) páginas, sendo: até 3 (três) para raciocínio básico, até 10 (dez) para estratégia de comunicação publicitária, até 7 (sete) para ideia criativa e até 10 (dez) para estratégia de mídia e não de mídia, em folhas de papel A4 branco, com no máximo 30 (trinta) linhas cada, com espaçamento mínimo de 2 cm nas 4 margens, a partir da borda, sem especificação de fonte do texto, com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página, iniciando pela capa em caderno único.*

Questão 1:

Conforme descrito no Anexo II do edital, não fica definido as características do caderno do Plano de Comunicação, uma vez que se tratar de um documento não identificado, entende-se que todas as agências participantes deverão apresentar um único modelo. Gostaria de saber se pode utilizar capa e contracapa, espiral, se o espaçamento entre as linhas é duplo ou simples, a fonte, tamanho da fonte e qual a gramatura do papel?

ESCLARECIMENTO DA QUESTÃO 1:



O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado de acordo com a seguinte formatação:

- a) Em papel tipo sulfite, A4 – com até 90 g/m² branco;
- b) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel sulfite branco, formato A4, branco e com até 90 g/m²;
- c) Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- d) Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- e) Espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos.
- f) Alinhamento justificado do texto.
- g) Texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, corpo 12 (doze); Numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito;

Questão 2:

Entende-se que a estratégia de mídia e não mídia é composta por planilhas e tabelas. É permitido utilizar folhas em formato A3 para corporificar o plano de mídia? Se sim, podemos entender que as mesmas não fazem parte do limite de folhas escritas determinadas (10 páginas) no Anexo II, item 1.1.?

ESCLARECIMENTO DA QUESTÃO 2:

Sim, pode utilizar folhas no formato A3 dobrada para corporificar o plano de mídia e que não fazem parte do limite de folhas escritas.

Questão 3:

Ainda se tratando do Plano de Comunicação – Ideia Criativa, quantas peças podem ser apresentadas para corporificar a campanha, e qual especificação do formato do papel a ser apresentado?

ESCLARECIMENTO DA QUESTÃO 3:

Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

- a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça e ou material.
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 10 (dez) peças como exemplos para



corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária, obedecendo as características do caderno do plano de comunicação, podendo ser em formato A3 dobrada.

2. Referente aos subitens 1.4.1.1., 1.5.4.2.1.2. e do Briefing (Desafio de Comunicação, Período de Campanha e Verba Referencial da Campanha) do ANEXO II do Edital, onde:

1.4.1.1. “Criação de duas campanhas de comunicação e plano de mídia para a Prefeitura de Cotia, que atinja todas as regiões da cidade, levando em consideração a economia e os veículos locais com estratégias de mídia para os meios on e off-line.

Obs.: poderão ser utilizados no plano de mídia canais de comunicação que se estendam e atinjam outros municípios da região, desde que haja relevância no contexto da informação.

Primeira Campanha – Esforço publicitário para divulgação das potencialidades da cidade, localização, acesso e infraestrutura, a fim de atrair novos investidores e empresas. Neste case, deve ser levado em consideração como meta o crescimento econômico do município.

Segunda Campanha – Esforço de comunicação para popularizar a conscientização sobre o bullying nas escolas municipais envolvendo as crianças, pais, professores e a comunidade no entorno.”

...

1.5.4.2.1.2. “No cálculo da distribuição dos custos para a produção e veiculação do plano de comunicação, incluindo as ações de não mídia, a licitante utilizará como referencial uma verba de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais/ mês). Fica a critério da licitante a simulação de mídia.”

...

Briefing

...

Desafio de Comunicação

*“Diante do cenário de crise vivenciado tanto no campo econômico como político, e, como forma de criar políticas sociais e condições para atração de novos investimentos que garantam a geração de mais empregos e alimente a estrutura econômica de Cotia, a campanha hipotética terá como tema **ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS PARA AO MUNICÍPIO**. A campanha hipotética deverá apresentar uma comunicação que estimule a vocação para negócios e fortaleça a cidade para atração de novos investimentos, potencializando*



sua estrutura como cidade polo de geração de negócios, empreendedorismo e celeiro para ampliação de investimentos.”

...

Período de Campanha

“A campanha hipotética deverá ter período de 60 (sessenta) dias.”

Verba Referencial da Campanha

“Para o planejamento de valores de mídia e produção da campanha fica definida a verba hipotética de R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais). Custos internos de agência deverão ser desconsiderados para esta campanha hipotética.”

Questão 4:

Diante das informações acima, contidas no Edital, se encontram duas informações distintas quanto a campanha a ser desenvolvida. Requer esclarecimentos sobre qual campanha se deve desenvolver, qual o valor hipotético e qual o período da campanha?

ESCLARECIMENTOS QUESTÃO 4:

Fica determinada como campanha para apresentação no plano de comunicação, descrita no Briefing com tema **ATRAÇÃO DE INVESTIMENTOS PARA O MUNICÍPIO DE COTIA**, com verba referencial de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais) para o período de 30 (trinta) dias.

3. Referente ao subitem 1.4.1.4do ANEXO II do Edital, onde:

1.4.1.4. “Atualmente a Secretaria de Comunicação, dispõe como canais oficiais de comunicação uma Fan Page no Facebook, WhatssApp, site, faixas fixadas em pontos estratégicos, painéis de comunicação social (em andamento), revista impressa trimestral, informativo (jornal) impresso mensal e displays acrílicos em formato A1 para fixação de cartazes.”

Questão 5:

Qual o formato de anúncio que se pode utilizar no jornal, no informativo mensal e na revista trimestral, e ainda quantos displays formato A1 podem considerar no plano?

ESCLARECIMENTO QUESTÃO 5:

Os formatos nas mídias impressas dos canais oficiais de comunicação podem ser de ½ página ou 1 página,



tanto no jornal informativo mensal e na revista impressa trimestral. O número de displays no formato A1 é de 50 unidades.

4. Referente ao subitem 1.1.3 da “Capacidade de Atendimento” do ANEXO VI do Edital, onde:

1.1.3. “Apresentar cópias dos diplomas ou certificados de conclusão de nível superior, para comprovação acadêmica mínima.”

Questão 6:

Trata-se de uma obrigatoriedade que todos os membros da equipe técnica deverão ter diplomas ou certificados de nível superior, ou se pode apresentar a qualificação técnica através de mini currículos?

ESCLARECIMENTO QUESTÃO 6:

A Secretaria de Comunicação entende que caso o profissional tenha a devida comprovação de experiência, essa é válida para a comprovação da capacidade técnica, podendo ser através de mini currículos, portfólios ou até mesmo certificados.

Secretaria Municipal de Comunicação Social