



## ESCLARECIMENTOS

### CONCORRÊNCIA 002/2019

Com relação aos descritivos de valores a serem considerados no planejamento de comunicação devemos destacar na mídia os valores brutos de acordo com as tabelas dos veículos e os custos de produção com os devidos honorários. Nossa maior dúvida é com relação aos custos internos, ou seja, de criação. Devemos considerar os custos para criação da peças? Caso positivo, vamos considerar os valores brutos da tabela do Sinapro ou devemos aplicar o desconto conforme nossa proposta comercial?

**Considerar valores de tabela cheia de veículos, valores brutos de produção, sem especificar honorários e não considerar custos de criação.**

ainda sobre o item ideia criativa do plano de comunicação, o spot ou jingle pode ser apresentado em forma de monstro?

**Para que seja melhor avaliado, solicitamos a apresentação do arquivo finalizado.**

Gostaria de esclarecimentos sobre um item, na página 10, do Edital de Licitação prestação e Serviços de Publicidade - Proc. interno nº3640/2018 - Concorrência nº 002/2019.

Na página 10 – 7. DOS INVÓLUCROS

Item III – Ideia Criativa

Nas alíneas abaixo:

- d) Banner de divulgação: layout;
- e) Identidade visual de website/hotsite: layout;
- f) Jornal ou Revista: layout;

Tenho as seguintes dúvidas em negrito:

- d) Banner de divulgação: layout – O banner é físico ou virtual? **Banner: Virtual**
- e) Identidade visual de website/hotsite: layout - É somente a primeira página para o website/hotsite? **Website: Somente página inicial**



f) Jornal ou Revista: layout - É para fazer um anúncio para Jornal ou Revista ou é para fazer uma revista ou jornal ? **Jornal ou Revista: Anúncio a ser veiculado.**

Dúvida: No quesito Ideia Criativa e Estratégia de Mídia, página 10, existe a seguinte informação:

III - Ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária, sendo 1 (uma) peça em 1 (uma) página, para cada um dos seguintes meios, totalizando 6 (seis) páginas todas no tamanho A3 (420 x 297mm).

- a) VT: storyboard;
- b) Spot ou Jingle/Rádio: roteiro.
- c) Email marketing: layout;
- d) Banner de divulgação: layout;
- e) Identidade visual de website/hotsite: layout;
- f) Jornal ou Revista: layout;

Já no briefing, páginas 40 e 41, existe a seguinte informação:

#### **Campanha Publicitária**

Público Alvo: População em Geral.

Verba destinada: R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais),

Prazo da Campanha: 30 dias

Meios de Comunicação de Sabará: o município possui duas rádios (Borba Gato e Sabará FM), três jornais (Jornal do Ana Lúcia, Jornal Cidade Sabará e Folha de Sabará). Para comunicação visual externa há placas de outdoor, carros de som e placas de divulgação em ponto de ônibus. Meios de Comunicação da Prefeitura de Sabará: Site ([www.sabara.mg.gov.br](http://www.sabara.mg.gov.br)), um carro de som, uma placa de outdoor, perfis em redes sociais. A Gerência de Comunicação possui seis profissionais da área.

#### **Plano de mídia**

Elaborar um planejamento de mídia alinhado com os objetivos da Prefeitura - tornar transparente a administração pública -, definindo os canais de comunicação, tanto no âmbito municipal quanto estadual e nacional (se necessário) que apresentem melhores condições de alcançar o cidadão e assim direcionar investimentos e



esforços para atingir os resultados propostos (publicidade em rádio, TV, outros de grande alcance).

*Pergunta: Existe uma divergência de descrição de peças nos dois quesitos e páginas citadas acima. Podemos criar para ideia criativa apenas as peças listadas na página 10? Ou precisamos incluir os meios de comunicação citados nas páginas 40 e 41?*

*Se eu não puder criar para a Ideia Criativa mais peças além das 6 citadas, podemos sugerir no plano de mídia essas peças, uma vez que no item da página 41 pede outros canais de comunicação?*

*Podemos criar para ideia criativa apenas as peças listadas na página 10? Ou precisamos incluir os meios de comunicação citados nas páginas 40 e 41?*

***Os meios das páginas 40 e 41 foram citados para informar os recursos próprios que a Prefeitura de Sabará tem disponível, não necessariamente deverão ser utilizados. Podem ser sugeridos no plano de mídia.***

Em estudo ao edital da Concorrência 002/2019, com abertura em 13/06, encontramos algumas dúvidas:

- na página 10, item 7.1, III cita as 6 peças que devem ser apresentadas na ideia criativa. Nossa dúvida: no item IV (estratégia de mídia) poderemos apresentar outras peças, além das 6 exemplificadas na ideia criativa desde que sejam inseridos neste item todos os custos?

- na página 12, item 7.2.1.2.1.1. para cada veículo rádio deverá corresponder ao menos um atestado; Qual atestado seria esse? Normalmente no item Repertório não se solicita atestado. Foi erro de digitação? **Favor desconsiderar o item. Não há necessidade de atestado.**

- poderemos apresentar a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em 3 cadernos? **Podem ser apresentados em 3 cadernos.**

Vimos através deste informar que estamos com uma dúvida juntamente ao nosso Setor de Mídia referente ao edital da Concorrência Pública nº 002/2019, que tem por objeto Contratação de empresa para prestação de serviços de publicidade e demais



ações de comunicação social e marketing, a qual foi remarcada a data da Sessão Pública para o dia 13/06/2019.

Questionamento:

Na pág. 10, citam as peças que devem ser criadas.

- Minha dúvida é:

Se no plano de mídia só devemos simular essas peças, ou se podemos incluir outras. Porque quando chega no briefing, final da pág. 40 e início pág. 41, citam outros meios de comunicação na cidade, como outdoor, carro de som, e ponto de ônibus.

***Os meios das páginas 40 e 41 foram citados para informar os recursos próprios que a Prefeitura de Sabará tem disponível, não necessariamente deverão ser utilizados. Podem ser sugeridos no plano de mídia.***

Gostaria que, juntamente as perguntas enviadas abaixo, fosse sanado o seguinte questionamento:

Para o conteúdo da capacidade de atendimento, item 7.2.1.1, inciso I existe limitação de páginas?

***Com exceção da alínea "e", as demais deverão se limitar a 10 páginas. Conforme descrito no edital: Os documentos do item 7.2.1.1, inciso I, alínea "e", não serão computados no total máximo de 10 (dez) páginas a que se refere o item 7.2.1.1, inciso I, em relação aos outros itens deste tópico***

Tendo em vista nosso interesse em participar da concorrência pública em epígrafe, que tem por objeto a contratação de agência de publicidade e propaganda, gostaríamos que nos fossem respondidos os seguintes questionamentos:

:: 7.1.1. Plano de Comunicação Publicitária - consistirá de um caderno impresso em papel tamanho A4 (210x297) sob a forma de layout, roteiro, storyboard, tabelas e textos de tipografia Arial, tamanho 11, sem condensação e entrelinhamento simples, desenvolvido a partir do Briefing.



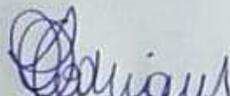
Perguntamos: O que vem a ser "sem condensação" neste caso?

**"Condensar" é uma ferramenta disponibilizada pelo Microsoft Word para tornar o texto mais estreito. Não é permitido a utilização desta ferramenta de texto.**

:: 7.2.1.2.1. Poderão ser apresentadas no mínimo 05 (cinco) peças, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, todas veiculadas ou expostas, que comprovem também o desempenho de atividade pertinente e compatível em característica com o objeto desta licitação.

Perguntamos: Há um limite máximo no número de peças a serem apresentadas no repertório?

**Não há limite para apresentação de peças no repertório.**



Carla Chagas

Gerência de Comunicação

Exma. Sr<sup>a</sup>.  
**Paula Scoralick**  
Pres. da Comissão de Licitação