

À

Ribeirão Preto/SP, 29 de agosto de 2023.

Câmara Municipal de Ribeirão Preto
Coordenadoria Administrativa

Assunto: esclarecimentos de dúvidas - edital de Concorrência nº 02/2023

A

representada por seu sócio administrador,
solicita os esclarecimentos, a seguir:

Ideia Criativa

Com relação aos exemplos de peças que poderão ser apresentadas fisicamente, o subitem 11.3.3.3.1 diz:

As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout, observado o disposto no subitem 11.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro no 1 poderão ser dobradas.

Questionamento 1:

Os exemplos de peças gráficas poderão ser impressas em papel couchê ou papel fotográfico, em qualquer gramatura?

Briefing

Questionamento 2:

O Briefing faz uma contextualização histórica, econômica, com informações administrativas e de projetos da gestão, mas não traz de forma clara o problema de comunicação e os objetivos geral e específicos que a campanha deverá atingir. Uma vez que o correto entendimento e o desenvolvimento desses pontos na campanha publicitária serão objeto do critério de julgamento da proposta técnica, se faz necessário o esclarecimento de forma objetiva:

Qual é o desafio de comunicação e quais são os objetivos geral e específicos que a campanha ficcional deverá considerar?



Questionamento 3:

O briefing esclarece que "Os valores que serão colocados no plano de mídia devem ser de tabela oficial e pública dos veículos". No entanto, o edital não informa qual será a verba referencial para a simulação de mídia e não mídia do Plano de Comunicação. Qual é a verba referencial que as agências deverão adotar?

Questionamento 4:

O Briefing não esclarece quais são os recursos próprios da Câmara Municipal de Ribeirão Preto. Por ser um ponto que faz parte do critério de julgamento da proposta, se faz necessário especificar este item. Quais são os recursos próprios que as agências deverão considerar para a elaboração do Plano de Comunicação?

Questionamento 5:

Qual é o período a ser considerado para o exercício da mídia? Quantos meses ou dias para a simulação do plano de distribuição de mídia?

Questionamento 6:

Qual assinatura e logomarca deverá ser utilizada nos exemplos de peças da Ideia Criativa?





Câmara Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo

Processo n°: [REDACTED]

Promovente: [REDACTED]

Assunto: Resposta ao Pedido de Esclarecimentos do Edital Concorrência n° 02/2023

Trata-se de solicitação de esclarecimento acerca da Concorrência n° 02/2023 (Processo n° 23.521/2023), que tem por objeto a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, enviado pela Coordenadoria Administrativa através do Processo n°: [REDACTED]

A Coordenadoria Geral de Comunicação tem o seguinte entendimento sobre os questionamentos realizados pela empresa [REDACTED]

Questionamento 1:

Entende-se que o tipo do papel é livre desde que sejam observadas as instruções explícitas na alínea "b" do Item 11.3.3 que diz "*b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.3 deste Edital.*"

Questionamento 2:

Entende-se que o objetivo da Campanha está bem especificado no item "PLANO DE COMUNICAÇÃO" no Anexo I – Briefing, fls. 64-65, onde diz "*Como trabalhar esses conceitos de valor com a sociedade, tanto do ponto de vista de aumentar seu nível de percepção quanto seu entendimento da importância do trabalho aqui realizado? E, para complementar, qual seria a estratégia de mídia (ou as estratégias) mais adequadas, levando-se em consideração, principalmente, os meios de comunicação da Câmara Municipal de Ribeirão Preto?*"

Em síntese, o objetivo da licitante é escolher, dentre as informações contidas no Briefing, projetos e ações que ajudem o maior número possível de pessoas a compreenderem o trabalho realizado dentro da Câmara (fls. 56-64) e como eles impactam diretamente na vida da população.

Questionamento 3:

Entende-se, nesse caso, ser necessária uma retificação no Briefing por não conter o valor referencial ou *budget* que as agências deverão adotar. Sugere-se:

VALOR REFERENCIAL:

No cálculo dos valores para a veiculação, produção, exposição e distribuição da **campanha hipotética** a ser apresentada no quesito 'Plano de Comunicação Publicitária' - subquesito 'Estratégia de Mídia e Não-Mídia', recomenda-se que seja usada como verba total limite, o valor de até R\$ 481.973,22 (quatrocentos e oitenta e um mil, novecentos e setenta e três reais e vinte e dois centavos) | 25 % (vinte e cinco por cento) do valor máximo previsto nessa Concorrência Pública para a futura execução contratual que contemplará todas as campanhas a serem executadas - por ordem e conta da CÂMARA MUNICIPAL DE



Câmara Municipal de Ribeirão Preto

Estado de São Paulo

RIBEIRÃO PRETO.

Questionamento 4:

Entende-se, nesse caso, ser necessária uma retificação no Briefing por não conter os recursos próprios da Câmara Municipal de Ribeirão Preto. Sugere-se:

RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

- O Portal institucional da CÂMARA MUNICIPAL DE Ribeirão Preto: camararibeiraopreto.sp.gov.br
- Pontos de Atendimento da CMRP
- Comunicação Interna usando os espaços, dependências e locais de passagem de cidadãos da CMRP
- Redes Sociais mantidas pela CMRP
- TV Câmara de Ribeirão Preto
- Rádio Câmara de Ribeirão Preto

Questionamento 5:

Entende-se, nesse caso, ser necessária uma retificação no Briefing por não conter o período a ser considerado para a simulação do plano de distribuição de mídia. Sugere-se:

PERÍODO

Na **campanha hipotética** a ser apresentada no quesito Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos: 'Ideia Criativa' e 'Estratégia de Mídia e Não-Mídia', as empresas participantes deste certame devem considerar um período de 03 (três) mês, ou, 90 (noventa) dias corridos.

Questionamento 6:

Entende-se que a assinatura utilizada nas peças da Ideia Criativa deverá ser o Brasão do Município de Ribeirão Preto com os dizeres "CÂMARA MUNICIPAL" abaixo do Brasão. Caso preferam, os licitantes podem solicitar a logomarca em alta qualidade através do e-mail diretoria@camararibeiraopreto.sp.gov.br. Segue modelo:



CÂMARA MUNICIPAL

Essa é a manifestação desta Coordenadoria, retorne-se à Coordenadoria Administrativa para providências cabíveis.

Ribeirão Preto, 15 de setembro de 2023


Câmara Municipal de Ribeirão Preto
Paulo Ricardo Moisés Bomfim
Coordenador Geral de Comunicação

15.09.2023
DE ACORDO
Câmara Municipal de Ribeirão Preto
CARLOS CARREIRA SCALON
COORDENADOR ADMINISTRATIVO