



**Processo nº 20201027461 – Concorrência 01/2021**  
**Origem: Gabinete Civil**

## INFORMAÇÃO

Em razão de pedidos de esclarecimentos encaminhados a este setor em relação ao edital da Concorrência 01/2021 de publicidade, conforme abaixo, esta Comissão de Licitação vem externar as respostas encaminhadas pelo setor técnico do Gabinete Civil:

### PERGUNTA DO LICITANTE:

*Prezados Senhores,*

*Conforme o item 6.6 do edital em referência, solicitamos os seguintes esclarecimentos:*

*1) No item 8.5.b é solicitado o Certificado do CENP em cópia autenticada. No entanto, esse certificado é emitido pelo site do CENP e não tem como ser autenticado.*

*Perguntamos: podemos apresentar o certificado emitido pelo site do CENP, sem estar autenticado?*

*2) Nos itens 10.9.3 (Repertório) e 10.9.4 (Casos) são solicitados que as peças eletrônicas sejam apresentadas em CD ou DVD. No entanto, esses tipos de mídia estão em desuso e frequentemente apresentam problemas de reprodução. Perguntamos: As peças eletrônicas do Repertório e dos Casos podem ser apresentadas em Pendrives?*

*Na página 18 do edital, o texto da Estratégia de Mídia afirma que o prazo da campanha publicitária deverá ser de 60 dias. No entanto, na página 37 (briefing) o prazo da estratégia de mídia da campanha publicitária é definido em 30 dias. Perguntamos: Afinal, qual o prazo correto para a elaboração da Estratégia de Mídia da campanha publicitária apresentada?*

*Outrosim, informamos que o arquivo escaneado das páginas do briefing estão muito apagadas do lado esquerdo, não sendo possível a sua leitura completa. Por isso, solicitamos que nos seja enviado um novo arquivo ou o que seja trocado o arquivo do edital publicado.*

*Na certeza de contar com vossa análise e breve resposta, despedimo-nos.*

*Atenciosamente,*

*Rogério Nurmberger Nunes*

*Sócio Diretor e Representante Legal*

*RAF Comunicação e Marketing Ltda*



REPOSTA DO SETOR TÉCNICO:

*Conforme solicitado, encaminhamos os devidos esclarecimentos:*

- 1) Sobre a autenticação do certificado do CENP, este poderá ser apresentado sem a autenticação, pois a versão do site já é válida.*
- 2) que diz respeito aos tópicos 10.9.3 (repertório) e 10.9.4 (casos) reafirmamos a necessidade das peças eletrônicas serem apresentadas em CD e DVD, para manter a integridade do arquivo, visto que o salvamento em pendrives pode possibilitar a alteração posterior das peças.*
- 3) Referente ao prazo de estratégia de mídia da campanha publicitária, o correto é o que está escrito na página 37 (briefing), que é de 30 dias.*

*Atenciosamente,*

*Ana Mara Cabral - ASCOM.*

...

Atenciosamente,

Parnamirim, 01 de julho de 2021.

Comissão Permanente de Licitação/SEARH.



**Processo nº 20201027461 – Concorrência 01/2021**  
**Origem: Gabinete Civil**

## INFORMAÇÃO

Em razão de pedidos de esclarecimentos encaminhados a este setor em relação ao edital da Concorrência 01/2021 de publicidade, conforme abaixo, esta Comissão de Licitação vem externar as respostas encaminhadas pelo setor técnico do Gabinete Civil:

### PERGUNTA DO LICITANTE:

#### **QUESTIONAMENTOS 08/07/2021**

10.2.4.1 - A licitante deverá apresentar, ao final do caderno do Plano de Comunicação, como anexos que NÃO serão contabilizados no limite de páginas, gráficos, planilhas, ou tabelas em que se apresente a distribuição da verba de veiculação (mapa) de mídia.

10.2.4.2 - Na elaboração de **tabelas, planilhas e gráficos** integrantes do Plano de Mídia e Não-Mídia os proponentes poderão utilizar fontes tipográficas, ou cores que julgarem mais adequadas para a sua apresentação. **Sendo no formato A4, ou A3**, horizontal ou vertical, de acordo com a necessidade, sem limites de páginas.

**10.4.1 - As peças deverão ser numeradas na sequência do plano de comunicação** utilizando o mesmo padrão de numeração (algarismo arábico, no canto inferior direito da página), não sendo contabilizadas no limite de páginas definido no item 10.3. **As folhas soltas da ideia criativa deverão ser numeradas a partir da última página do plano de comunicação. As páginas os anexos da estratégia de mídia e não-mídia (gráficos, planilhas e tabelas) deverão ter suas páginas numeradas iniciando a partir da última página dos exemplos das peças da ideia criativa.**

10.4.2 - **Todas as peças deverão ser entregues impressas em formato A4 ou A3**, em papel branco, com 75g a 90g, orientação vertical ou horizontal, soltas, sem aplicação de prancha.

#### **1º QUESTIONAMENTO**

**Caso as tabelas, planilhas e gráficos integrantes da mídia e/ou as peças da ideia criativa sejam impressas em formato A3, para efeito de numeração, podemos contar cada folha de A3 como 1 (uma) página?**

10.2.3 - Ideia criativa

Síntese da comunicação publicitária, expressa em forma de texto com defesa de criação e acompanhada de campanha publicitária que a corporifique objetivamente. [...]



#### 10.2.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

Deverá ser apresentada com texto que evidencie o conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público e a defesa da estratégia e da distribuição de mídia mais adequada para atingir o Target. Poderão ser incluídos na distribuição de mídia outras peças além dos exemplos solicitados na ideia criativa, mas que sejam citados na estratégia de comunicação.

#### 2º QUESTIONAMENTO

**No caso de haver um número maior de peças para a campanha, sem corporificação, essa citação deve ser feita apenas na estratégia de comunicação, e a ideia criativa ficará restrita apenas a discorrer sobre as peças corporificadas exigidas no briefing?**

#### 10.2.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária (até 6 laudas)

Constituída de texto em que a licitante exporá o partido temático que fundamentará a resposta ao problema de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE PARNAMIRIM/RN, especificado no briefing (Anexo I), defendendo de maneira lógica e pertinente essa opção, mostrando sua adequação à natureza, à qualificação da instituição e à riqueza de desdobramentos. O texto deverá ainda evidenciar o pensamento estratégico geral de comunicação para a PREFEITURA MUNICIPAL DE PARNAMIRIM/RN, e apresentar seus desdobramentos e a cobertura do público-alvo prioritário.

#### 3º QUESTIONAMENTO

**Podemos considerar que na Estratégia de Comunicação deve ser criado um conceito criativo geral da administração municipal, com desdobramento que possa atender, em particular, ao problema de comunicação especificado no briefing (anexo I)?**

#### ASPECTOS TÉCNICOS DA CAMPANHA (página 37 do anexo I - Briefing)

A verba da campanha é de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil Reais). O público-alvo é composto pelos Parnamirinos residentes na cidade. A duração é de 30 (trinta) dias, de 01 de setembro de 2021 a 30 de setembro de 2021. Cada licitante fica livre para **apresentar uma peça criativa por segmento** que julgar necessário estar contido, no total de 6 (seis) peças para todo o conjunto apresentado. [...]

#### 4º QUESTIONAMENTO

**Podemos considerar "segmento" como cada tipo de veículo de comunicação... ex: tv, rádio, jornal, revista, outdoor, busdoor, material impresso, Facebook, Instagram, Youtube?**

#### 10.10 - Do julgamento da Proposta Técnica

#### 10.11.2 - Raciocínio Básico: subtotal desse item (de 0 a 20 pontos)

#### 10.11.3 - Estratégia de Comunicação: subtotal desse item (de 0 a 20 pontos)

#### 10.11.4 - Ideia Criativa: subtotal desse item (de 0 a 25 pontos)



10.11.5 - Estratégia de Mídia e Não-Mídia: subtotal desse item (de 0 a 10 pontos)

10.11.6 - Capacidade de Atendimento: subtotal desse item (de 0 a 10 pontos)

10.11.7 - Repertório: subtotal desse item (de 0 a 10 pontos)

10.11.8 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: (de 0 a 5 pontos)

**10.12. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.**

#### 11.9. DO JULGAMENTO E DA PONTUAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

11.9.2 - A classificação das propostas de preços será feita mediante a atribuição de notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme a seguinte tabela:

- **proposta(s) de maior desconto .... 10 pontos**

- (...)

11.9.5. - A Comissão Permanente de Licitação adjudicará o objeto da Licitação as proponentes que obtiverem a **maior pontuação na NOTA FINAL**, calculada **através da soma simples das Notas Técnicas e de Preços, conforme a seguinte expressão: NF = Nota Técnica Final + Nota de Preços Final.**

#### 5º QUESTIONAMENTO

**Já que a classificação será feita através da soma simples das Notas Técnicas (até 100 pontos) e de Preços (até 10 pontos), entendemos que é possível ter uma pontuação final em até 110 pontos. Correto?**

#### REPOSTA DO SETOR TÉCNICO:

Prezados senhores,

Boa tarde, conforme solicitado, encaminhamos os devidos esclarecimentos relacionados à Concorrência 01/2021.

Favor acusar o recebimento.  
Att.ASCOM/ Ana Mara

#### 1º Questionamento

RESPOSTA. Sim, pode-se contar cada folha da A3 como uma página.

#### 2º Questionamento

RESPOSTA. Sim, ideia criativa deverá se ater somente às peças corporificadas.



### **3º Questionamento**

RESPOSTA. O conceito criativo proposto deverá atender ao que está solicitado no briefing, e de modo que atenda às necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Parnamirim.

### **4º Questionamento**

RESPOSTA. Sim, cada segmento refere-se a um tipo de veículo de comunicação.

### **5º Questionamento**

RESPOSTA. Sim, a pontuação da Nota Final será de até 110 pontos.

Atenciosamente,

Ana Mara Cabral/ASCOM



**Processo nº 20201027461 – Concorrência 01/2021**  
**Origem: Gabinete Civil**

## INFORMAÇÃO

Em razão de pedidos de esclarecimentos encaminhados a este setor em relação ao edital da Concorrência 01/2021 de publicidade, conforme abaixo, esta Comissão de Licitação vem externar as respostas encaminhadas pelo setor técnico do Gabinete Civil:

### PERGUNTA DO LICITANTE:

Caros membros da CPL.

O item 10.9.3.3 do edital prevê dois anúncios destinados à mídia impressa. Sabendo que o meio outdoor é feito via impressão dos cartazes, sendo portanto um tipo de mídia impressa, mesmo que exterior, e, devido ao fato de que o edital não menciona especificamente a mídia outdoor no repertório, e, ainda pelo fato de que se trata de uma importante mídia e meio de se avaliar o repertório de uma agência, **PERGUNTAMOS: no referido item, é possível incluir a peça outdoor como repertório da agência?**

No aguardo de vossa breve resposta, agradecemos a atenção.

Pedro Ratts  
Agência Ratts Ratis  
Diretor

### RESPOSTA DO SETOR TÉCNICO:

Segue a resposta ao questionamento anteriormente enviado.

RESPOSTA: Sim, é possível incluir a peça outdoor como repertório.

Atenciosamente, ASCOM/GACIV.