



**PERGUNTAS E RESPOSTAS REFERENTES À CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº**  
**06/2017:**

**OBJETO: Contratação de 01 (uma) Agência especializada em propaganda para serviços de publicidade, propaganda e marketing - sob demanda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa (produção) e a distribuição de publicidade - peças e materiais aos veículos e aos demais meios de divulgação ('on-line' e 'off-line') para a administração direta e indireta do Poder Executivo da Cidade de PETRÓPOLIS, nos termos do artigo 2º da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010, bem como a pesquisa e controle dos resultados de campanhas publicitárias - com o intuito de atender ao princípio da publicidade, ao acesso e ao direito de informação da população petropolitana em geral; doravante denominada AGÊNCIA, LICITANTE, PROPONENTE, CONCORRENTE ou CONTRATADA, para prestar serviços à PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS | PMP, doravante denominada CONTRATANTE, conforme especificações técnicas mínimas descritas no Termo de Referência (Anexo I) e no 'Briefing' (Anexo III) do Edital.**

**PERGUNTAS FORMULADAS POR EMPRESA LICITANTE E RESPOSTAS ELABORADAS PELA COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PMP - ASCOM:**

1. O item 12.6 do edital determina que a Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa - em vernáculo, exceto na hipótese de expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas, rasuras, borrões e entrelinhas.

Perguntamos:

entendemos que não pode haver entrelinhas separando os parágrafos dos textos. Deve ser um texto corrido. Está correto este nosso entendimento?

**R: Sim, está correto**

2. O item 6.5.2 do edital indica o seguinte formato do invólucro padronizado fornecido pela Prefeitura: 39cm de comprimento/largura por 57 cm de altura e com **20 cm** de profundidade.

Já no item 3.1.12, Anexo II, o formato é o seguinte: 39cm de comprimento/largura por 57 cm de altura e com **16 cm** de profundidade.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS**  
**Gabinete do Prefeito**  
**Coordenadoria de Comunicação Social**



Perguntamos:

qual o formato correto do invólucro dentre os dois indicados no edital?

**R: A medida correta é 39 cm de largura por 57 cm de altura e 20 cm de profundidade**

3. O item C) Ideia Criativa, Anexo II, indica que devem ser apresentados texto e peças e/ou materiais da campanha publicitária.

O item C2) determina que seja apenas apresentada relação de todas as peças.

Perguntamos:

a Ideia Criativa deverá ser composta de texto explicativo sobre o conceito da campanha e também da lista de peças? Ou apenas desta lista de peças em dois blocos (peças exemplificadas e o restante das peças)?

**R: Pode ser apresentado texto explicativo sobre o conceito da campanha além da lista de peças**

4. O item 2.1 do Briefing, Anexo III, em seu último parágrafo, determina que a tarefa das licitantes é desenvolver campanha que consolide o cenário de Petrópolis como cidade ideal para o turismo e ambiente favorável para negócios de todas as esferas, focando em publicidade que **atinga público de fora da cidade** (negrito nosso).

Já o item 4 - Público-Alvo determina que o público alvo das ações de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS é **toda a população da cidade** (negrito nosso).

O item 5 – Praças determina que o Governo Municipal tem a obrigação de se comunicar com todos os moradores petropolitanos dos seus 05 (cinco) distritos: Centro, Cascatinha, Itaipava, Pedro do Rio e Posse.

Perguntamos:

tendo em vista a limitação da verba determinada para o exercício, de até R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais), e as praças indicadas no Briefing, entendemos que a campanha deve ser voltada para a população petropolitana e os turistas que já estão na cidade. Não haverá condições de programar outras praças fora do município, a nível estadual ou nacional. Está correto este nosso entendimento?

**R: Primeiramente, cumpre informar que briefing (anexo III) foi substituído e o valor constante no item 7 – Verba referencial para Investimento passou para R\$ 325.000,00 (trezentos e vinte e cinco mil reais).**



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PETRÓPOLIS**  
**Gabinete do Prefeito**  
**Coordenadoria de Comunicação Social**



Podem ser previstas praças regionais.

Os turistas já na cidade não são o público-alvo e a população pode ser atingida indiretamente pela campanha que deve envolver o petropolitano como coautor ou copartícipe da ação do governo.

5. O item D5), alínea I, determina que os preços das inserções em veículos e em outros meios de comunicação - a serem considerados na simulação do plano de distribuição, devem ser os de tabela cheia dos veículos.

Perguntamos:

pode-se incluir veículos que não trabalhem com tabela de preços, mas sim com leilão de mídia, como redes sociais e buscadores (ex: Facebook, Google, LinkedIn)?

**R: Podem ser incluídos**

6. O Briefing menciona, no item Informações Adicionais, que "a campanha proposta deverá estar assinada com a proposta de uma nova logomarca e de um novo posicionamento para o Governo de Petrópolis.

Perguntamos:

a logomarca e o conceito contarão como peças e farão parte do limite de 15 peças a serem exemplificadas na Ideia Criativa? Em caso positivo, logomarca e conceito deverão ser computadas como peça única?

**R: A logomarca e conceito devem vir separadas do limite de 15 peças. E podem ser apresentadas – logomarca e conceito – em peça única**

**ATENCIOSAMENTE,**

**EDIMILSON DIAMANTINO**  
**CHEFE DA DILIC**