



BOLETIM DE ESCLARECIMENTO II
EDITAL DE CONCORRÊNCIA DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº004/2018

Objeto: A presente concorrência destina-se à contratação de serviços de publicidade, para atendimento ao Município de Curitiba.

Em relação aos questionamentos abaixo a Secretaria Municipal da Comunicação Social – SMCS, esclarece:

1) A alínea c.4, dentro do subitem 8.3, informa que “cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta... destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea “c1” do subitem 8.3. No entanto, a alínea “c1” do subitem 8.3, não fala em relação comentada de peças mas sim em “síntese da estratégia de comunicação publicitária para o Município de Curitiba, a respeito da abordagem criativa da campanha”. É correto o entendimento que o texto da Ideia Criativa deverá estar focado nessa síntese da estratégia de comunicação, incluindo no final uma relação apenas das 15 peças apresentadas como exemplos com o intuito de facilitar cotejamento?

Resposta: Sim, apenas a lista das peças apresentadas como exemplo.

2) Dessa forma, não será necessária uma relação completa incluindo todas as demais peças da campanha, integrantes da estratégia de mídia e não mídia, mas não apresentadas como exemplos, certo?

Resposta: Correto, todas as peças da campanha deverão ser listadas na estratégia de mídia e não mídia conforme o subitem 8.3 alínea d e seus subitens.

3) A alínea d.3 do subitem 8.3 informa que “todas as peças e material que integrarem a Ideia Criativa deverão constar de tal simulação”. É correto afirmar que o edital está se referindo às 15 peças que serão apresentadas como exemplos?

Resposta: Também. Todas as peças da campanha deverão ser listadas na estratégia de mídia e não mídia conforme o subitem 8.3 alínea d e seus subitens.

4) Ainda: é correto afirmar que a estratégia de mídia e não mídia poderá incluir outras peças (incluindo reduções e adaptações de formatos) além das 15 apresentadas como exemplos?

Resposta: Sim. Todas as peças da campanha deverão ser listadas na estratégia de mídia e não mídia conforme o subitem 8.3 alínea d e seus subitens, em especial a alínea d.2 que esclarece essa questão.