



## **BOLETIM DE ESCLARECIMENTO III 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) Existe alguma restrição para o tipo de papel e gramatura a ser usado nos cadernos do Invólucro 3: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação?

**Resposta: Não existe.**

2) O item 8.7 QUESITO 4 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO, Há duas vezes a orientação que “obedecer aos dispostos do item 8 e seus subitens”. É correto entender que essa exigência vale apenas para as 2 páginas de texto de cada relato? Ou seja, os textos devem obedecer a formatação detalhada no item 8.2., para que haja uma padronização para todas as licitantes.

**Resposta: É correto afirmar que são para as 3 páginas especificadas no item 8.71. Considerar como orientação de formatação afim de padronização de quantidade de informação para todas as licitantes os subitem 8.2, alíneas: d, e, f, g, h e i.**

3) NO item 8.2 QUESITOS 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA, alínea f) pede “espaçamentos ‘simples’ entre as linhas e ‘duplo’ após títulos, entretítulos e entre parágrafos”. O uso de espaçamento DUPLO é obrigatório ou opcional?

**Resposta: Obrigatório.**

4) Sobre o item 8.2., quanto às peças materializadas da Ideia Criativa, é permitido imprimir em papéis que proporcionam melhor qualidade visual como por exemplo papel fotográfico ou couché? A gramatura utilizada para imprimir as peças pode ser maior que 90gr?

**Resposta: Não há restrições, conforme especificado item 8.2.4 do edital.**

5) Ainda sobre o item 8.2, as peças materializadas da Ideia Criativa podem ser apresentadas aplicadas/ambientadas nos meios aos quais serão veiculadas ou expostas (por exemplo: o layout do outdoor em uma foto de tabuleta?)

**Resposta: Sim, podem ser apresentadas dessa forma.**

6) No item 8.3. d. 9. 1) menciona que os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia e bruta, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação.

Podemos incluir na estratégia de mídia veículos que não trabalhem com tabela de preços, mas sim com leilão de mídia, como é o caso das redes sociais e buscadores (ex: Facebook, Instagram, Google) com os valores médios praticados? Ou devemos levar em consideração os preços tabelados de empresas terceiras que façam veiculação em mídias sociais?

**Resposta: Fica a critério da proponente a escolha dos veículos de comunicação, os valores deverão ser comprovados através de tabela ou documento que demonstre que esses valores são reais.**

7) No item 8. do Briefing, são citados os recursos próprios da Prefeitura de Municipal de Curitiba. Os vidros traseiros dos ônibus do transporte público de Curitiba também podem ser considerados como recurso próprio da Prefeitura? Se sim, qual é a quantidade de adesivos que deverão ser considerados nos custos de produção?

**Resposta: Sim, podem ser considerados como recursos próprios. O município dispõe de aproximadamente 1.200 ônibus. A quantidade de adesivos deve ser indicado pela proponente.**