



CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA
CONSELHO REGIONAL DE PSICOLOGIA - 7ª Região

ESCLARECIMENTOS

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 02/2012 – SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

O CONSELHO REGIONAL DE PSICOLOGIA DA 7ª REGIÃO – CRP/RS, através de sua Comissão Permanente de Licitações nomeada pela Portaria nº 05/12, de 20 de março de 2012, na sua condição de autarquia com personalidade jurídica de direito público e autonomia administrativa e financeira, criado pela Lei Federal nº 5.766/71, para efeitos da licitação em epígrafe, torna público o presente esclarecimento em resposta a pergunta formulada e recebida de empresa interessada em participar do certame, conforme segue:

5.1.4 PLANO DE COMUNICAÇÃO

III - Ideia criativa

a) texto em que a licitante se limitará a apresentar a estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não conter um slogan passível de ser utilizado em ações de comunicação do CRP/RS;

Dúvida: É solicitado um texto apresentando a estratégia de comunicação publicitária. Diferente dos demais itens (raciocínio, estratégia de comunicação e estratégia de mídia), este não está limitando o número de laudas. Está correto? Ou terá limite para o número de laudas para o texto referente à ideia criativa?

Resposta: Não há limitação de laudas para o texto referente à ideia criativa.

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia

a) texto com até 2 (duas) laudas escritas (sem contar as artes) em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação, a inclusão de tabelas não serão computadas no total de laudas mencionado no Plano de Comunicação).

Dúvida: É solicitado texto de 2 (duas) laudas sem contar as artes. Porém, na estratégia de mídia não são apresentadas artes. Esta solicitação de 2 (duas) laudas não é referente ao texto da ideia criativa (dúvida anterior)?

Resposta: Caso o licitante considere pertinente juntar ao texto da estratégia de mídia artes para ilustrar o planejamento, pode utilizar esse recurso. Essas ilustrações não contam nas duas laudas que são o limite para o detalhamento da estratégia de mídia.



CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA
CONSELHO REGIONAL DE PSICOLOGIA - 7ª Região

b) simulação de plano de distribuição das peças da campanha publicitária mencionada na alínea “b” do quesito Ideia Criativa, acompanhada de texto de até 2 (duas) laudas com a explicitação das propostas adotadas, valores de produção e de veiculação e mais suas justificativas - da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos: o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios; e os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça, separadamente, de mídia e de não mídia.

Dúvida: Neste item é solicitado texto referente à estratégia de mídia com mais duas laudas. Ou seja, somado ao item anterior citado, teríamos 4 laudas referentes à estratégia de mídia. Está correta esta solicitação? Esta é a real intenção do Conselho, ou a ideia seria de apresentar 2 (duas) laudas para o item ideia criativa e 2 (duas) laudas para a estratégia de mídia?

Resposta: Deve ser apresentado texto de duas laudas referente ao detalhamento do item a, e um texto de duas laudas referente ao detalhamento do item b. São complementares, porém diferentes.

Porto Alegre, 17 de dezembro de 2012.

CONSELHO REGIONAL DE PSICOLOGIA DA 7ª REGIÃO – CRP/RS
Vânia Roseli Correa de Melo – Presidente da Comissão Permanente de Licitações