



CURITIBA

Prefeitura Municipal de Curitiba  
Secretaria Municipal da Comunicação Social

Av. Cândido de Abreu, 817  
Centro Cívico  
80530-908 Curitiba PR  
41 3350-8640  
www.curitiba.pr.gov.br

## BOLETIM DE ESCLARECIMENTO III EDITAL DE CONCORRÊNCIA PÚBLICA N. 032/2023

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

1- Na Estratégia de Mídia e Não Mídia, subitem d.9.1) 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.

Na Estratégia de Comunicação Publicitária, subitem b.2) “...abrangendo comunicação integrada para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar para mídias alternativas, tradicionais e campanhas de internet”.

As principais ferramentas de veiculação na internet não operam com tabelas de preços, mas sim pelo sistema de leilão. As licitantes podem se utilizar dessas ferramentas?

**Resposta: Questionamento respondido no Boletim de Esclarecimento I**

2 - Na Ideia Criativa, subitem C.1) “...abordagem criativa da campanha, acompanhada das peças que não serão computadas no número de laudas, e que deverão ser apresentadas fora do caderno, que a corporifiquem objetivamente, limitados a 15 (quinze) peças, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material.”

Considerando a complexidade da campanha, as licitantes podem apresentar na estratégia de comunicação e estratégia de mídia e não mídia, outras peças além das 15 corporificadas na ideia criativa, contemplando os respectivos custos?

**Resposta: O item c.1 limita apenas o número de peças que poderão ser apresentadas dentro do item C - Ideia Criativa, seguindo os critérios estabelecidos no item 8.3 e seus subitens. Fica a critério da proponente a quantidade de peças para apresentação na estratégia de mídia e não mídia, considerando que todas as peças deverão ser listadas, conforme o item D, subitem "d.2) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas. d.3) Todas as peças e materiais que integrarem a Ideia Criativa deverão constar em tal simulação, ou seja, incluída na estratégia de mídia e não mídia" ; e demais itens do edital.**

3- Nos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, subitem 8.7.1) a licitante deverá apresentar 02 relatos, cada um com o máximo de 03 páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas para seus clientes. Obedecer às orientações apresentadas no disposto nº 8 e seus subitens.”

Ocorre que os subitens do 8.2 são especificações para o plano de comunicação – via não identificada e alguns não se aplicam aos relatos que são identificados, como exemplo capa e contracapa branca com espiral preto colocado a esquerda.



**CURITIBA**

**Prefeitura Municipal de Curitiba**  
**Secretaria Municipal da Comunicação Social**

Av. Cândido de Abreu, 817  
Centro Cívico  
80530-908 Curitiba PR  
41 3350-8640  
[www.curitiba.pr.gov.br](http://www.curitiba.pr.gov.br)

As licitantes podem desconsiderar essa informação de “obedecer às orientações apresentadas no disposto nº 8 e seus subitens” na apresentação dos relatos? Ou então aplicar o que couber como os subitens: d, e, f, g, h, i?

**Resposta: Deverão ser considerados os itens a ,b ,c ,d ,e ,f ,g ,h e i do item 8.2, com exceção do item j, já que os relatos devem ser identificados conforme orienta o item 8.7 e seus subitens.**