

MINISTÉRIO DA PESCA E AQUICULTURA
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÕES

CONCORRÊNCIA nº 90002/2024

CADERNO DE ESCLARECIMENTO – II

Pergunta 1 - Sobre o público-alvo da campanha:

O briefing indica que a campanha deve dar visibilidade às pescadoras artesanais, tendo como público prioritário as próprias mulheres pescadoras das regiões Norte e Nordeste. Gostaríamos de confirmar: considerando que o objetivo é “dar visibilidade às pescadoras artesanais”, o público-alvo da campanha deve ser considerado as próprias mulheres, pescadoras artesanais, ou a população em geral?

Resposta - 1

O público-alvo da campanha são as mulheres pescadoras artesanais das regiões especificadas no edital. No entanto, considerando o potencial de alcance e impacto da comunicação, é natural que a campanha também reverbere para a sociedade em geral, contribuindo para a ampliação da conscientização sobre o papel dessas profissionais.

Pergunta 2. Sobre os critérios para escolha e comprovação de veículos:

O edital restringe a utilização de veículos de mídia aos que comercializam espaço publicitário por meio de tabela de preços. No entanto, considerando que a campanha envolve mídias digitais — frequentemente operadas por meio de leilão (como Meta e Google) —, é permitido prever veículos com essa forma de negociação no exercício criativo? Caso sim, a comprovação de valores será aceita por meio de cotações com empresas especializadas (Trading Desk) ou por simulações feitas diretamente nas plataformas?

Resposta 2: Sim, para veículos que não atuem com tabelas de preços públicos, mas que possam ser considerados como firmas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, trading desks e redes sociais) a licitante deverá informar o montante do investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: com, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida entre outros). Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, exemplo da programação de

publicidade nas redes sociais Meta -Facebook - Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.