

MINISTÉRIO DA PESCA E AQUICULTURA
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÕES

CONCORRÊNCIA nº 90002/2024

CADERNO DE ESCLARECIMENTO – III

Pergunta 1 - No briefing, o público-alvo desse simulado está descrito como mulheres pescadoras, porém ao longo do texto, o objetivo da campanha é dar visibilidade à essas pescadoras com ênfase nas regiões Norte, Nordeste e também no país. Com isso o objetivo e o público-alvo entram em conflito, pois para dar visibilidade a essas pescadoras devemos trabalhar com mídias de massa, enquanto se formos ao pé da letra do público alvo mulheres pescadoras, a mídia será totalmente segmentada. Como devemos seguir? Nosso entendimento de uso de meios de massa para público de formadores de opinião e sociedade em geral também procede?

Resposta 1 - Sim, o entendimento procede. Embora o público-alvo direto do simulado sejam as mulheres pescadoras, o objetivo da campanha é ampliar a visibilidade delas — o que exige alcançar formadores de opinião e a sociedade em geral. Nesse contexto, o uso de mídias de massa é fundamental para reforçar a comunicação da marca e gerar repercussão positiva sobre a pauta. Formadores de opinião atuam como aliados estratégicos na amplificação da mensagem e ajudam a legitimar a causa, o que contribui para atingir os objetivos da campanha de maneira mais efetiva.

Pergunta 2 - No que se refere a Estratégia de Mídia e Não Mídia para a proposta, o item 11.3.4. I. estratégia de mídia e não mídia: proposição e defesa dos meios de divulgação, das formas inovadoras de comunicação e dos recursos próprios de comunicação do contratante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha. Quais seriam estes RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO de que trata o edital?

Resposta 2 - A agência que participar da licitação de publicidade do MPA poderá incorporar, em sua proposta criativa, os canais e produtos de comunicação já existentes no Ministério. São eles:

- Instagram: [instagram.com/minpescaeaquicultura](https://www.instagram.com/minpescaeaquicultura);
- Facebook: [facebook.com/minpescaeaquicultura](https://www.facebook.com/minpescaeaquicultura);
- X: [x.com/MPA_Br](https://twitter.com/MPA_Br);
- LinkedIn: [linkedin.com/company/minpescaeaquicultura](https://www.linkedin.com/company/minpescaeaquicultura);
- Youtube: [youtube.com/@minpescaeaquicultura](https://www.youtube.com/@minpescaeaquicultura);

- Threads: threads.com/@minpescaeaquicultura;
- WhatsApp: bit.ly/ZapDoMPA;
- Flickr: [flickr.com/mpa-brasil/](https://www.flickr.com/mpa-brasil/);
- Site: gov.br/mpa;
- TikTok: tiktok.com/@minpescaeaquicultura.

A integração e valorização desses meios poderão ser estratégias importantes para ampliar o alcance, aumentar a efetividade e garantir a coerência da comunicação institucional.

Pergunta 3 - Para comprovar a veracidade dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação apresentados pela licitante o edital solicita no item 11.10. IV - deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade. Tais documentos poderão ser assinados digitalmente, por meio do GOV.BR ou outro serviço de autenticação digital?

Resposta 3 – Sim.

Pergunta 4 - Com relação ao invólucro padronizado nº 1, de que trata o item 10.1.1.1 do edital, onde deverão ser acondicionados os conteúdos do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, gostaríamos de esclarecimento sobre sua dimensão para que possamos planejar o tamanho das impressões dos exemplos de peças.

Resposta 4 - Informamos que os invólucros já estão disponível para retirada na a Subsecretaria de Gestão e Administração, situada no Setor de Indústrias Gráficas - SIG, quadra 02, lotes 530 a 560, Ed. Soheste - Bairro SIG - Brasília/DF - CEP: 70.610-420, de segunda a sexta-feira, das 10h às 12h ou das 14h às 16h.

De modo complementar, informo ainda que as medidas dos invólucros são 495X710X35mm.

Pergunta 5 - Qual o formato do envelope padronizado da via não identificada, que será fornecido?

Resposta 5 - Informamos que os invólucros já estão disponíveis para retirada na Subsecretaria de Gestão e Administração, situada no Setor de Indústrias Gráficas - SIG, quadra 02, lotes 530 a 560, Ed. Soheste - Bairro SIG - Brasília/DF - CEP: 70.610-420, de segunda a sexta-feira, das 10h às 12h ou das 14h às 16h.

De modo complementar, informamos que as medidas dos invólucros são 495x710x35mm.

Pergunta 6 - O tópico “Estratégias de Comunicação e Veiculação, que consta no Anexo I – Briefing, indica que a campanha deve ser veiculada nos meios TV, rádio, mobiliários urbanos, jornais e mídias digitais. Como se percebe, alguns meios comuns em ações publicitárias não estão citados nesta lista, como revistas, cinemas e outros. Assim, questionamos: a campanha está realmente restrita aos meios citados no item? Ou será aceita a previsão de outros meios além desses na proposta?

Resposta 6 - O edital não é exaustivo ao propor os meios. Dessa forma, a licitante poderá, em sua estratégia, propor a inclusão de outros meios, desde que sua utilização esteja devidamente justificada na estratégia de comunicação proposta.

Pergunta 7 - Na Estratégia de Mídia e Não Mídia, que data devemos considerar para a vigência das tabelas de preço dos veículos? A data de publicação do Aviso de Licitação (14/04) ou a data da republicação do edital (17/04)?

Resposta 7 - A data da republicação: 17/04.

Pergunta 8 - No item 11.3.4 do edital, referente a Estratégia de Mídia e Não Mídia, é mencionado o uso de recursos próprios da contratante. Quais são esses recursos próprios?

Resposta 8 – Os recursos próprios são os canais e produtos de comunicação já existentes no Ministério. São eles:

- Instagram: [instagram.com/minpescaeaquicultura](https://www.instagram.com/minpescaeaquicultura);
- Facebook: [facebook.com/minpescaeaquicultura](https://www.facebook.com/minpescaeaquicultura);
- X: [x.com/MPA_Br](https://twitter.com/MPA_Br);
- LinkedIn: [linkedin.com/company/minpescaeaquicultura](https://www.linkedin.com/company/minpescaeaquicultura);
- Youtube: [youtube.com/@minpescaeaquicultura](https://www.youtube.com/@minpescaeaquicultura);
- Threads: [threads.com/@minpescaeaquicultura](https://www.threads.com/@minpescaeaquicultura);
- WhatsApp: bit.ly/ZapDoMPA;
- Flickr: [flickr.com/mpa-brasil/](https://www.flickr.com/mpa-brasil/);
- Site: gov.br/mpa;
- TikTok: [tiktok.com/@minpescaeaquicultura](https://www.tiktok.com/@minpescaeaquicultura).

Pergunta 9 - Não foi identificado no edital um direcionamento sobre a aplicação da marca oficial da Prefeitura nas peças. Há alguma diretriz específica a ser seguida? Será disponibilizado um Manual de Identidade Visual para consulta?

Resposta 9 - Não será necessária a aplicação da marca oficial de nenhuma prefeitura. Deve ser utilizado como referência o manual da marca Brasil, disponível em: <https://www.gov.br/mma/pt-br/governo-federal-lanca-manual-da-sua-nova-marca-brasil-uniao-e-reconstrucao>