



**CONCORRÊNCIA Nº 002/10 – “COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE”**

**RESPOSTA AOS QUESTIONAMENTOS DAS LICITANTES:**

**AGNELO PACHECO**

**Em atenção ao Edital de Concorrência acima, encaminhamos o seguinte questionamento:**

A maioria das licitações de publicidade inclui um item no Plano de Comunicação, que é a Estratégia de Mídia. Não é necessário apresentá-la nesta concorrência? Se sim, existe alguma verba e período proposto para o exercício de mídia?

**RESPOSTA:**

**Será entregue um Plano de Comunicação Anual. É necessário apresentar a estratégia de mídia para as ações do período com a verba estimada no item 30.1 do edital no valor de R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais).**

**Em atenção ao Edital de Concorrência acima, encaminhamos o seguinte questionamento:**

Em relação ao conteúdo dos envelopes:

Nossa empresa é sediada em São Paulo, com filial em Brasília. Neste caso, preenchemos o envelope conforme exemplo abaixo?

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL – SENAR –  
ADMINISTRAÇÃO  
CENTRAL

Comissão de Licitação

Concorrência nº002/10

ENVELOPE Nº 01 – PROPOSTA DE PREÇO

Razão Social e CNPJ do proponente (sede)

Endereço completo do proponente, telefone e fax (sede)

Endereço completo do proponente, telefone e fax (filial Brasília)

Nome do representante em Brasília

**RESPOSTA:**

**Afirmativo, os envelopes poderão ser apresentados conforme o exemplo encaminhado.**

## IDENTIDADE COMUNICAÇÃO

Bom dia!

No edital acima, menciona todas os critérios da licitação pra escolha de uma agencia de propaganda por parte deste órgão . No entanto para a campanha não foi especificada a necessidade de se fazer um estudo de mídia fazendo a adequação da verba proposta.

Pergunta:

Não haverá necessidade real de se fazer um estudo de mídia?

### **RESPOSTA:**

**Entendemos que campanha será uma parte do Plano Anual de Comunicação. Nesse Plano a licitante deve adequar suas ações a verba estimada no item 30.1 do edital no valor de R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais).**

**O Plano de Mídia ou Estudo de Mídia será avaliado como parte estratégica do Plano Anual de Comunicação e da Campanha.**

Boa tarde!

Gostaria de saber se realmente não haverá necessidade de apresentar um planejamento de mídia para esta concorrência.

### **RESPOSTA:**

**O desafio é criar uma Campanha Publicitária para divulgar o reposicionamento do SENAR.**

**O Plano de Mídia ou Estudo de Mídia será avaliado como parte estratégica do Plano Anual de Comunicação e da Campanha.**

## BIG GRANDE IDÉIAS

### Pedido de esclarecimento

À Comissão Especial de Licitação - SENAR  
REF: CONCORRÊNCIA Nº 002/2010

Prezados Senhores,

A Big Grandes Ideias, inscrita no CNPJ sob o nº 07.343.677/0001-71, solicita esclarecimento das seguintes dúvidas no processo licitatório em questão:

1 - No briefing do edital, página 25, no item 3 "O desafio": para efeito de criação da campanha publicitária, podemos considerar:

- a) Período: 12 meses?
- b) Verba: R\$ 5.000.000,00?
- c) Praça: território nacional?

2- Qual é o número máximo de laudas para o texto da Ideia Criativa? (item a.3 da Proposta Técnica).

3- Em que parte do site [www.senar.org.br](http://www.senar.org.br) posso encontrar todas as respostas para esclarecimentos anteriores? (não está no mesmo link onde está publicado o edital, conforme diz o item 3.3.2 do edital).

## **RESPOSTA**

**1a. Será entregue um Plano de Comunicação Anual (12 meses).**

**1b. Considerar a verba estimada no item 30.1 do edital no valor de R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais).**

**1c. Praça: Nacional, conforme o briefing constante no Anexo I do edital.**

**2. Número máximo de laudas: A critério do licitante.**

**3. As respostas serão disponibilizadas na página inicial do site do SENAR na área de notícias.**