

CÂMARA MUNICIPAL DE CAJAMAR
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 1/2025
RESPOSTA AO PEDIDO DE ESCLARECIMENTOS N.º 2

PERGUNTA 1:

Considerando que o briefing e o Termo de Referência mencionam a utilização de diferentes meios e estratégias de mídia e não mídia, solicitamos esclarecimento quanto à disponibilidade dos canais institucionais próprios da Câmara Municipal para fins de veiculação das campanhas publicitárias.

Especificamente, questionamos se canais como website oficial, redes sociais institucionais e imprensa oficial (impressa e/ou digital) poderão ser utilizados para veiculação das peças sem ônus financeiro, devendo ser considerados como ativos institucionais no planejamento da Estratégia de Mídia e Não Mídia.

Nesse sentido, confirmamos se a expectativa da Comissão Organizadora é que tais canais próprios sejam incorporados de forma estruturada às propostas técnicas, influenciando o planejamento, a distribuição das peças e a alocação de investimentos previstos.

RESPOSTA 1:

Os canais institucionais próprios da Câmara (website oficial, redes sociais e imprensa oficial digital) podem ser utilizados para veiculação das peças sem custo de mídia direto. Estes ativos devem ser considerados no planejamento da Estratégia de Mídia e Não Mídia.

A Comissão Organizadora espera que esses canais sejam incorporados de forma estratégica nas propostas técnicas, influenciando o planejamento e a distribuição das peças, visando a otimização dos recursos e o alcance dos objetivos de comunicação.

Embora a veiculação nesses canais não gere custo de mídia, as atividades de planejamento, criação, adaptação e gestão de conteúdo para eles integram o escopo dos serviços da agência contratada, sendo essenciais para a eficácia da estratégia.

A integração dos canais institucionais na proposta técnica demonstra visão sistêmica e inteligência de mídia, sendo fundamental para um Plano de Comunicação Publicitária eficiente e para a otimização dos recursos públicos.