



ANEXO “I”

BRIEFING

1. INTRODUÇÃO

A Prefeitura de Araxá - administração 2017/2020 – tem na competência administrativa e na gestão pública eficiente os dois principais pilares do governo, com foco em obras que agreguem sustentabilidade, serviços de qualidade e custos reduzidos, vendo a educação com olhos de que toda criança tem que receber educação, desde a infância até o ensino fundamental, a saúde dentro do prisma de atendimento humanizado desde o primeiro passo do paciente em busca dos serviços nesta área. O setor de segurança pública foi modernizado e estruturado para levar tranquilidade e segurança a todos os cidadãos, indiscriminadamente. O Serviço Social cresce em qualidade nos diversos núcleos de atendimento às famílias, às crianças e aos adolescentes com políticas públicas direcionadas por especialistas em projetos e na execução dos mesmos.

Portanto, as ações de comunicação da prefeitura de Araxá devem estar ancoradas no desenvolvimento de estratégias publicitárias e de propaganda, que, em parceria com ações de imprensa, alcancem êxito no sentido de manter a sociedade bem informada das decisões que impactam no atendimento e na oferta dos serviços públicos básicos e importantes no que se refere ao desenvolvimento sócio econômico de Araxá.

2. OBJETIVO

Este termo de referência tem o objetivo de estabelecer parâmetros para a contratação de empresa especializada na oferta de serviços de publicidade para atender a Prefeitura Municipal de Araxá. Tal empresa deverá apresentar capacidade técnica e operacional para executar atividades de planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, incluindo também veículos da mídia digital, sempre com o objetivo de divulgação dos atos da administração, suas atividades, propostas, programas e projetos em benefício da comunidade. O termo de referência expressa o cuidado da Prefeitura em agir com transparência na condução do referido processo e em oferecer aos interessados todas as informações necessárias para que possam compreender sua dimensão institucional, administrativa, política e ética.

3. JUSTIFICATIVA DA NECESSIDADE DE CONTRATAÇÃO



a) Motivação da contratação

A Prefeitura de Araxá utiliza a publicidade e a propaganda como meios importantes na divulgação de suas atividades junto à comunidade e na projeção da cidade fora do âmbito municipal visando criar divisas para o município.

Por meio de campanhas e esforços individualizados e pontuais, o que se pretende é estabelecer estratégias macro, em âmbito de gestão da coisa pública, para aperfeiçoar o desenvolvimento continuado de cada serviço prestado ao cidadão, indistintamente. A contratação de uma agência de publicidade, que consiga agregar em seus produtos qualidade técnica dentro do menor custo, trará ganhos para a Prefeitura por oferecer condições que permitirão maior visibilidade aos temas das campanhas institucionais.

b) Benefícios

Em virtude de a Prefeitura precisar de ferramentas de planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, a contratação de uma empresa de publicidade trará suporte técnico e operacional para o planejamento, a criação e o desenvolvimento de estratégias publicitárias; condições de contar com mais agilidade e qualidade na consolidação da imagem positiva da Prefeitura junto aos seus públicos alvos; possibilidade de obter descontos importantes para os orçamentos das campanhas e ações pontuais com base em negociações com fornecedores e empresas do mercado publicitário e de comunicação; melhor qualidade das ações pontuais e das campanhas publicitárias devido à capacidade da empresa fornecedora de oferecer o trabalho de profissionais experientes e competentes no atendimento das demandas; produção de peças e campanhas dentro das exigências de padrões e parâmetros pré-estabelecidos; os serviços a serem contratados serão de fundamental importância para manter a continuidade das tarefas executadas pela Prefeitura e a satisfação dos usuários dos serviços públicos.

c) Conexão entre a contratação e o planejamento existente:

A contratação de uma agência de publicidade por meio de licitação, na modalidade Melhor Técnica e Menor Preço, está em consonância com o planejamento das atividades para o setor de comunicação, com o intuito de garantir o atendimento das necessidades da Prefeitura com respeito ao uso estratégico das ferramentas de comunicação publicitária. Considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir



ideias ou informar o público em geral. Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas. As atividades de pesquisas ou avaliações previstas terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato. Não será permitido a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com ações publicitárias ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

II - À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados, tais como elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de elementos de comunicação visual, além de folders, cartazes e outros tipos de impressos de caráter publicitário.

III - À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, sobre tudo nos meios digital, de rádio e TV. Não estão previstas prestação de serviços outros, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza. A empresa contratada deverá atender aos pré-requisitos de legislação específica para o setor (Lei no 4.680, de 18 de junho de 1965) e possuir certificado de qualificação técnica de funcionamento, que, por sua vez, poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

Breve relato sobre as potencialidades

Araxá é um município brasileiro localizado no Alto Paranaíba (MG). Sua posição geográfica é estratégica. Num raio de 600km está a região de maior concentração populacional do país - Estado de São Paulo - , com 73% do PIB Nacional e um público potencial de 43milhões de pessoas.

A cidade tem na sua formação geológica riquezas minerais como as águas sulfurosas e radioativas, detendo o principal e maior polo de produção de nióbio da América Latina, além da produção de fertilizantes fosfatados.



O município integra o Circuito Turístico da Canastra e o Circuito das Águas de Minas Gerais. Tem no Hotel do Barreiro e no Cristo(Parque do Cristo) seus pontos turísticos mais conhecidos e visitados, além dos seus produtos artesanais, como tapetes de tear, delicados bordados, doces e quitandas, sabonetes e cremes de lama negra.

Quem gosta do turismo de aventura também pode aproveitar dos voos de asa delta ou paraplaider, com campeonato mundial anualmente. Para quem prefere o ecoturismo, há opções de pescaria, cavalgada, trekking e trilha de moto ou jipe pela região. A paisagem de serras e vales, onde as cachoeiras estão protegidas por paredões de pedra e pequenas matas, completa a beleza natural da cidade.

Além da vocação turística e minerária, Araxá abriga vários cursos de nível superior e técnico, portanto, Araxá pode ser considerada como polo educacional e figura entre as cidades mais seguras e tranquilas do Brasil. É a quinta cidade brasileira mais pacífica do país e a primeira de Minas Gerais, em avaliação do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA - e recebeu nota 10 do Ministério Público Federal no ranking Nacional da Transparência Pública.

Briefing Campanha de referência/ desafios da Comunicação

Com base no exposto acima, o desafio do briefing é relacionar Araxá a uma cidade que tem à frente do seu desenvolvimento uma gestão pública competente e comprometida com o bem-estar da sua comunidade e com sua imagem positiva no campo da educação, do lazer, do esporte, da segurança pública, da saúde e de negócios.

Portanto, para a avaliação técnica das empresas de Publicidade e Propaganda, a Prefeitura Municipal de Araxá, solicita a formulação de campanha publicitária completa que, além de mostrar que a cidade está em franco desenvolvimento, com obras importantes nos diversos setores, com índices reais de melhorias na saúde pública e na educação, com oferta de ensino público e merenda de qualidade, deverá ter caráter institucional, com foco no modelo de um governo municipal pró ativo e que seja alinhavada na base do direito e do dever do cidadão no que tange à sua responsabilidade com o pagamento dos tributos municipais.

A proposta é a de recuperação de tributos municipais e pagamento, em dia, das dívidas para com a prefeitura. A exemplo o pagamento de IPTU. A campanha deve ser clara e acessível, com conteúdo relevante de utilidade pública, e voltado para as iniciativas que beneficiam a população e que promovam o desenvolvimento da cidade.

A campanha deverá abranger veículos tradicionais de comunicação de massa, internet (redes sociais), além de mídias alternativas e comunitárias. A Campanha poderá utilizar-se ainda dos veículos de comunicação próprios do Governo Municipal como o portal da Prefeitura de Araxá, na internet, e-mail, marketing direto/público interno.



A licitante deverá apresentar sua proposta de campanha publicitária, seguindo as orientações deste Edital de Concorrência, além de ater aos dados abaixo:

- a) O público-alvo da campanha é a população do município;
- b) As agências deverão propor a campanha publicitária, com objetivo de divulgar para o público alvo, o tema proposto. O valor estimado da referida campanha é de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais) e nela inclui custos de criação, produção e veiculação.
- c) O plano de simulação de mídia deverá contemplar o prazo máximo de 30 dias.
- d) Na formulação do Plano de distribuição das peças sugeridas, a licitante deverá utilizar como base de preço os valores constantes das tabelas cheias dos veículos. Para estimar os custos de criação, deverão ser considerados os custos cheios da tabela Sinapro-MG.

Pesquisa

Como ferramenta de pesquisa sugerimos a base em dados disponíveis nas Secretarias Municipais e na Assessoria de Comunicação.