



CONSELHO REGIONAL DE ENFERMAGEM DE SÃO PAULO

COMUNICADO 3

Concorrência Pública nº 01/2012

Em atenção ao seguinte questionamento, promovidos pela Área Sem Limites Comunicação:

- “1. Qual é o público-alvo da campanha de comunicação?
2. Qual é o objetivo principal da campanha de comunicação, qual deve ser o “tema” abordado? No Briefing (Anexo I), são mencionadas duas ações publicitárias:
 - Ação Publicitária 01 – Semana da Enfermagem
 - Ação Publicitária 02 – Valorização do Profissional de EnfermagemDevemos escolher um desses temas para a criação da campanha publicitária? Se sim, do que se trata a Semana da Enfermagem? E quais aspectos do profissional de enfermagem devem ser valorizados na campanha publicitária?
3. Existe um período específico para a realização da campanha?
4. O COREN-SP possui mídias próprias, tais como revistas, jornais, etc?
5. Qual a verba que deve considerada para a campanha de comunicação?
6. Existem mídias que devem obrigatoriamente ser utilizadas na campanha de comunicação? Se sim, quais são elas?”

Temos a esclarecer:

1. A sociedade e os profissionais de enfermagem que possuem sua atuação dentro da abrangência do Coren/SP.
2. As campanhas citadas no edital fazem menção às prováveis atividades desenvolvidas no ano de 2013, não se trata de escolha ou hipótese direcionada ao certame. A Semana da Enfermagem é uma período comemorativo da profissão (semana do dia 12 de maio). A visão da proposta técnica deve adequar-se ao Briefing;
3. Conforme item anterior;
4. Ver Comunicado 2;
5. Ver Comunicado 1; e,





CONSELHO REGIONAL DE ENFERMAGEM DE SÃO PAULO

6. As limitações são aquelas dispostas no Edital de Licitação, havendo, naquilo que não se condicionou previamente, liberdade ao licitante no desenvolvimento de sua Proposta Técnica.

São Paulo, 17 de dezembro de 2012.

Atenciosamente,

Alex Tavares Zamignani

Presidente da CPL

