

ERRATA – CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 04/2021

Item 09.4. O envelope "02" - PROPOSTA TÉCNICA do edital e item 5.2 FORMA DE APRESENTAÇÃO do projeto básico subitem 5.2.2

Onde se lê:

- No caso de a proposta conter elementos em formato diferente ao previsto no subitem 2.1, o conjunto deverá ser apresentado de forma a manter sua unicidade e identidade.

Leia-se:

- No caso de a proposta conter elementos em formato diferente ao previsto no subitem 5.2.1 do termo de referencia, o conjunto deverá ser apresentado de forma a manter sua unicidade e identidade.

D – ANEXO III – Briefing e do item

Onde se lê:

Problema Específico de Comunicação

- Confusões de informações entre as comunicações da autarquia EPT e a Prefeitura de Maricá.
- Por algumas vezes, a EPT divulga informações importantes sem a ciência da Comunicação oficial da Prefeitura. Criam cards/banners/cartazes/avisos digitais próprios sem considerar o planejamento da Secretaria de Comunicação.
- Problemas no site, tanto na arquitetura como na linguagem utilizada.
- Sérios problemas no uso do Instagram: cards poluídos, feedback ruim.
- A população desconhece os benefícios do uso do transporte coletivo e a importância da conquista do programa de Tarifa Zero.

Desafio de comunicação

Criar Plano de Comunicação que envolva:

- Estratégias que evidenciem o significado e o impacto real da política gratuita de mobilidade urbana, implantada e mantida por recursos públicos, que compreende os ônibus Tarifa Zero e se complementa com a implantação das “Vermelhas”.
- Material que divulgue o quanto o empregador economiza por não ser necessário arcar com vale-transporte dos funcionários.

- Ações que mostrem os usuários com novas oportunidades de aplicar o dinheiro que seria gasto com transporte.
- Planejamento estratégico e fazer com que todos os envolvidos, participem desde início da criação para que a comunicação seja unificada em todo o processo;
- Materiais gráficos com mensagens objetivas e acessíveis para o público-alvo;
- Cards/ banners digitais, carrossel para Instagram, stories;
- Objeto(s) com a marca que incentive o uso do transporte coletivo (exemplo: squeeze, caneta, boné, prancheta, sacola reciclável, máscara, álcool em gel e etc);
- Mídia interativa para esclarecimento direta com os passageiros (dentro do site do programa ou em forma de busdoor ou até uma TV no ônibus);
- Roteiros de vídeos explicativos sobre os horários e quantidade de linhas;
- Meios de divulgação para a conscientização de cuidar de um bem público como pertencimento da população;
- Demonstre formas de vincular as comunicações entre as duas partes envolvidas.

Leia-se:

Problema Específico de Comunicação

- A população desconhece os benefícios do uso do transporte coletivo e a importância da conquista do programa de Tarifa Zero.
- Confusões de informações entre as comunicações da autarquia EPT e a Prefeitura de Maricá.
- Problemas no site, tanto na arquitetura como na linguagem utilizada.
- Por se tratar de uma política pública pioneira, o restante do país também precisa conhecer os resultados obtidos por Maricá, para que possa servir de modelo pra outros municípios brasileiros.

Desafio de comunicação

Criar Plano de Comunicação com estratégias que evidenciem o significado e o impacto real da política gratuita de mobilidade urbana para a cidade de Maricá, e também para o país, evidenciando o protagonismo do município na implementação e ampliação da estratégia do programa Tarifa Zero, inicialmente com os ônibus gratuitos, os vermelhinhas, e que se complementou com o lançamento das bicicletas coletivas gratuitas, as chamadas “Vermelhinhas”.

5. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA/PREÇO, AVALIAÇÃO E DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO.

Onde se lê:

b) não atender as exigências elencadas no item 2;

Leia-se:

b) não atender as exigências elencadas no item 5;