



PREFEITURA MUNICIPAL DE VITORIA
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

ANEXO II (DO TERMO DE REFERÊNCIA)

"BRIEFING"

BRIEFING PARA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

O presente briefing tem como objetivo orientar a elaboração das propostas das agências de Publicidade e Propaganda que manifestem interesse em participar do processo licitatório promovido pelo Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor para contratação de agências de Publicidade e Propaganda para atendimento às demandas de ações de comunicação da Prefeitura.

INFORMAÇÕES BÁSICAS

O PROCON Municipal de Vitória é gerência permanente e pertencente à estrutura da administração pública direta, estando vinculado à Secretaria Municipal de Cidadania, Direitos Humanos e Trabalho e tem como objetivo promover e desenvolver uma política de proteção e defesa dos consumidores, baseada na educação para o consumo consciente e sustentável, buscando garantir o equilíbrio nas relações entre fornecedor e consumidor. Suas atribuições são garantir melhor qualidade de produtos e serviços, coibindo fraudes e abusos contra as relações de consumo. O PROCON esclarece, conscientiza, educa e informa os cidadãos sobre seus direitos e deveres enquanto consumidores.

O atendimento por nós prestado consiste em buscar prevenir ou solucionar de forma tão mais amigável quanto possível as intercorrências ocorridas em relações de consumo que possam violar o sistema de defesa do consumidor.

Em 2021 o Procon Municipal de Vitória realizou 8749 atendimentos e em 2022, 6.384 atendimentos sendo este número o somatório das demandas recebidas através do aplicativo do Procon Vitória e do comparecimento dos consumidores a Casa do Cidadão onde o órgão está sediado.



PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

CONTEXTO

O Programa PROCON PARA TODOS reúne um conjunto de projetos e ações de promoção e defesa do consumidor, fundamentado na ideia de uma sociedade que consome com consciência, responsabilidade e sustentabilidade, além de estar pautado no Código de Defesa do Consumidor. Trata-se de um Programa do PROCON Municipal de Vitória, vinculado à Secretaria de Cidadania, Direitos Humanos e Trabalho da Prefeitura Municipal de Vitória, a ser desenvolvido ao longo dos 04 anos da Gestão do Prefeito Lorenzo Pazolini, 2021-2024.

O direito do consumidor está inserido no capítulo constitucional que trata dos direitos e deveres individuais e coletivos, mais especificamente no Art. 5º, que garante o direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade. Sob essa ótica o PROCON Municipal deve ser instrumento de cidadania, ultrapassando a mera expectativa jurídica e alcançando uma função social.

Numa administração democrático-popular, a Comunicação Social, mais que visibilidade, é estratégia, no sentido de manter abertos todos os canais entre a população e a administração, tendo por eixo a comunicação como política pública, que mais que um dever do Estado, seja um direito do cidadão. Daí se impor uma Comunicação centrada nas pessoas da cidade, de forma pluralista e horizontal, simples e profissional, que se utilize de todos os instrumentos técnicos e tecnológicos disponíveis, sejam midiáticos ou de relações comunitárias; comerciais e/ou alternativos.

Nesse sentido, é possível afirmar que para o Procon Municipal de Vitória, a comunicação eficaz é um pilar fundamental, pois permite que a população tenha conhecimento dos atos praticados e dos direitos defendidos pelo órgão. A transparência e a clareza na divulgação das ações são essenciais para promover a confiança dos cidadãos e fomentar a participação ativa na defesa de seus direitos enquanto consumidores, que só é garantida a partir de uma de campanhas informativas e canais de comunicação acessíveis que permitam



PREFEITURA MUNICIPAL DE VITORIA
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

tornar evidente, a população, sobre seus direitos, deveres e as medidas tomadas para garantir a justiça nas relações de consumo.

A divulgação de informações sobre reclamações, denúncias, resolução de conflitos e orientações ao consumidor é um meio de empoderar a sociedade e consolidar a credibilidade do PROCON Municipal de Vitória o que torna a comunicação, instrumento poderoso para o relacionamento com o público e assegurar que todos possam usufruir de seus direitos de maneira justa e equitativa.

DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO

A expectativa é que as agências participantes do certame possam criar e apresentar uma campanha institucional que apresente à população a relevância do Procon Vitória na proteção do direito do consumidor, de forma a aproximar a população e garantir que a partir da informação ela busque os seus direitos, cientes de que possuirão plena atuação do Poder Executivo em sua defesa.

Nessa esteira, a comunicação é uma valiosa ferramenta para integração da sociedade, pois as mensagens veiculadas das mais diferentes formas têm o condão de levar informação e, muito mais que isso, levar melhoria para a vida das pessoas. Para tanto, as estratégias de comunicação precisam ser modernas, abrangentes e complementares, do ponto de vista de plataformas, conteúdos, mídias, mensagens, etc. A estratégia de comunicação precisa ser bem definida e assertiva, tornando a comunicação sinérgica e integrada afim atingir o maior alcance possível.

OBJETIVOS

O objetivo da proposta de comunicação é promover a conscientização e informação do consumidor a respeito de seus direitos, trazendo esse aspecto como um direito humano fundamental, baseando-se na ética dos direitos humanos nas relações de consumo, na educação para o consumo consciente,



PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

responsável e sustentável. Busca-se informar, educar e conscientizar a população sobre seus direitos e deveres como consumidores, além de promover a transparência, qualidade nos serviços públicos e a participação ativa da sociedade na defesa dos direitos do consumidor.

PÚBLICO DE INTERESSE

O público da proposta de comunicação são os munícipes de Vitória, em geral, incluindo todas as faixas etárias, gêneros e etnias, visando garantir que todos os cidadãos estejam suficientemente educados e informados para tomar decisões de consumo conscientes, com foco na disseminação de informações sobre direitos do consumidor, consumo consciente, educação financeira e demais temáticas relacionadas ao âmbito do Procon Municipal.

ESTRUTURA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO

No que toca a estruturação do projeto de comunicação, este deve ser estruturado e apresentado segundo os critérios estabelecidos no edital de licitação e pelo briefing, a saber:

- a) Planejamento da campanha: explicar desde o raciocínio básico até a elaboração das estratégias de comunicação, incluindo estratégias voltadas para o meio on-line e off-line;
- b) Ações de comunicação: apresentar as ações de comunicação propostas em detalhe;
- c) Plano de mídia deve apresentar o planejamento de mídia estruturado, levando em conta o público-alvo, os índices de audiência, periodicidade e abrangência dos veículos de comunicação. O plano deverá ter abrangência conforme cada objetivo, sendo no mínimo atendida a abrangência municipal. Ainda deverá distribuir a verba disponível para cada campanha e por peça, por meio de trabalho, por veículo e por veículo de comunicação;



PREFEITURA MUNICIPAL DE VITORIA
SECRETARIA DE CIDADANIA, DIREITOS HUMANOS E TRABALHO
FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

d) A ideia criativa deverá ser apresentada acentuando o público-alvo e sua aplicação nos formatos e meios de trabalhados;

RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO DA PREFEITURA DE VITÓRIA

A prefeitura de Vitória possui os seguintes recursos próprios de comunicação: site (www.vitoria.es.gov.br/), redes sociais (Facebook, Instagram e YouTube), protetores de tela dos computadores e notebooks da administração, mural de avisos nas secretarias.

PREÇO REFERENCIAL

Tabela Sinapro, vigente na data de publicação do edital

ESTIMATIVAS DE VALORES E PERÍODO DE CAMPANHA

R\$1.000.000,00 (Um milhão de reais) para uma campanha de 30 dias.