



**CONSELHO REGIONAL DOS REPRESENTANTES COMERCIAIS
NO ESTADO DE SÃO PAULO
CORE-SP**

**Anexo I
BRIEFING PARA CAMPANHA FICTÍCIA, EXCLUSIVAMENTE, PARA O EXERCÍCIO
E AVALIAÇÃO DO JULGAMENTO TÉCNICO**

1. O Conselho Federal dos Representantes Comerciais (Confere)

Os Conselhos Federal e Regionais de Representantes Comerciais foram criados pela Lei nº 4.886, de 09 de dezembro de 1965, alterada posteriormente pelas Leis nº 8.420, de 08 de maio de 1992 e Lei nº 12.246, de 27 de maio de 2010.

O Conselho Federal dos Representantes Comerciais - Confere - é a entidade máxima do Sistema Confere/Cores que regula e normatiza os Conselhos Regionais nos Estados da Federação, com a **atribuição de regulamentar, disciplinar, orientar e fiscalizar o exercício profissional da Representação Comercial**.

2. Core-SP - Conselho Regional dos Representantes Comerciais no Estado de São Paulo

O Core-SP - Conselho Regional dos Representantes Comerciais no Estado de São Paulo, é uma autarquia federal fiscalizadora do exercício profissional, criada pela Lei nº 4.886/65. Trata-se de um órgão consultivo, orientador, disciplinador e fiscalizador do exercício da profissão de representante comercial nesse Estado.

É uma entidade dotada de direito público, com autonomia técnica, administrativa e financeira e não recebe nenhuma subvenção do governo federal, tendo todo seu recurso alicerçado nos tributos pagos pelos representantes comerciais.

3. Atribuições Institucionais do Core-SP

As principais atribuições do Conselho Regional dos Representantes Comerciais no Estado de São Paulo são: promover o registro profissional, fiscalizar o exercício da profissão e zelar pelo cumprimento da Lei nº 4.886/65, esclarecendo aos representantes comerciais e às empresas representadas sobre os direitos e deveres inerentes à profissão.

Também são atribuições do Core-SP:

- Expedir carteiras profissionais da categoria;
- Organizar e manter o registro dos representantes comerciais;
- Julgar infrações e impor penalidades, conforme a legislação que regula a categoria.

4. Criação do Core-SP



**CONSELHO REGIONAL DOS REPRESENTANTES COMERCIAIS
NO ESTADO DE SÃO PAULO**
CORE-SP

Com a sanção da Lei nº 4.886, em dezembro de 1965, foi criado o Conselho Federal dos Representantes Comerciais - Confere, que se instalou na cidade do Rio de Janeiro, na data de em 10 de outubro de 1966, e, neste mesmo período instalou-se, também, o Core-SP.

Com o passar dos anos, mudanças ocorreram na vida do Core-SP:

- De 1965 a 1968 – Sede localizada na Rua 15 de Novembro 228, 14º andar;
- De 1968 a 1991 - Sede localizada na Av. Paulista, 1009, 8º e 9º andares;
- Atual - a partir de 1991, Av. Brigadeiro Luiz Antonio, 613 - "Casa do Representante".

A partir do reconhecimento legal da atividade, coube ao Sindicato da classe, à época, em Assembleia Geral Extraordinária, realizada em 23/12/1965, a eleição da primeira diretoria do Core-SP.

Processo Eleitoral

A cada três anos, os representantes comerciais que estiverem em situação regular junto à Autarquia Federal, elegem a diretoria que administrará o Core-SP, na forma do artigo 12 da Lei nº 4.886/65.

De acordo com o Regimento Interno, o Conselho regional é composto por 9 (nove) Conselheiros, representantes comerciais registrados, divididos em uma diretoria executiva, suplentes e uma Comissão Fiscal.

Os atos de gestão são sujeitos à prestação de contas ao Tribunal de Contas da União, bem como aos órgãos de controle interno do Conselho Federal dos Representantes Comerciais, além da obrigatoriedade de divulgação da Administração no Portal da Transparência, em cumprimento à Lei nº 12.527/2011.

Dia do Representante Comercial

O dia 1º de outubro foi declarado Dia Pan-americano dos Viajantes, Agentes e Representantes Comerciais, no Congresso Pan-americano de Viajantes, Agentes e Representantes do Comércio, realizado em Buenos Aires, entre 25 de setembro e 02 de outubro de 1937.

Neste evento, além de delegados pertencentes a diferentes organizações da Argentina, participaram representantes do Brasil, Chile, México e Uruguai, com a finalidade de analisar e intercambiar experiências das problemáticas trabalhistas da América Latina.

A realização deste encontro contribuiu para fortalecer o avanço em direção a uma regulamentação legal para proteger e enaltecer o trabalho dos Representantes Comerciais.



**CONSELHO REGIONAL DOS REPRESENTANTES COMERCIAIS
NO ESTADO DE SÃO PAULO
CORE-SP**

5. PÚBLICO-ALVO

Representantes Comerciais (Pessoas Físicas e Jurídicas) e sociedade em geral.

5.1 PERFIL DO PÚBLICO-ALVO

Segundo a **Lei Nº 4.886**, o representante comercial é aquele que garante a mediação de negócios mercantis entre um fabricante e seus consumidores primários, agenciando as propostas e pedidos, e, posteriormente, fazendo sua transmissão para concluir o negócio de acordo com os processos comerciais previstos.

O representante comercial pode ser um profissional autônomo, ter sua própria empresa ou trabalhar contratado por uma empresa. Mas, ainda assim, não será somente um vendedor de produtos.

6. AÇÕES

Desenvolver e implementar uma campanha de comunicação publicitária, em âmbito estadual, de caráter institucional, focada em:

- 1- Valorizar ao profissional de representação comercial;
- 2- Fazer com que os demais setores da sociedade reconheçam a importância, bem como as competências desenvolvidas pelo representante comercial, em especial, na relação entre a indústria e o comércio, setores em que atua com mais frequência.
- 3- Divulgação institucional do Core-SP e a importância do registro profissional.

Compreendendo as responsabilidades inerentes aos processos, solicita-se a **criação, produção e veiculação** de peças nos seguintes meios:

- Out Off Home (OOH), que compreende outdoor, busdoor, e mobiliário urbano: relógios e totens);
- Mídia impressa: como jornais ou revistas do segmento de logística;
- Mídia digital (banners e peças para site e redes sociais);
- Produtos audiovisuais (Vídeos e podcasts) também para sites e redes sociais;
- Spot publicitário para rádio, de 15 ou 30 segundos, sempre enfocando na valorização da profissão e dos que nela atuam.

É importante ressaltar que, no que tange às redes sociais, o Core-SP trabalhará, nesta campanha, apenas formato orgânico. Deste modo, não serão solicitadas ações de impulsionamento, engajamento ou remunerador monetização.

Portanto, o plano de Comunicação não envolverá plataformas que não possuam uma tabela fixa de valores, o que exclui da estratégia, redes sociais como o Facebook, YouTube, Twitter, Google, LinkedIn e Instagram.



**CONSELHO REGIONAL DOS REPRESENTANTES COMERCIAIS
NO ESTADO DE SÃO PAULO**
CORE-SP

Plano de Mídia: apresentar planejamento de mídia estruturado, distribuindo a verba disponível para o projeto, por peça, por meio, por veículo e por período de veiculação.

Os materiais serão utilizados somente nos meios de comunicação contratados e nos veículos internos do Core-SP

7. OBJETIVOS

7.1 COMUNICAÇÃO

A licitante deverá elaborar e executar cada etapa de um Plano Estratégico de Comunicação do Core-SP, levando em consideração a segmentação do público-alvo, com o objetivo de promover a divulgação da valorização do profissional da representação comercial, bem como a divulgação das competências desenvolvidas pelo profissional desta área.

7.2 MATERIAIS A SEREM DESENVOLVIDOS

O Plano de Comunicação do CORE-SP, que será elaborado pela empresa contratada, deve conter uma identidade visual que permeie todas as peças da campanha institucional. As peças não devem ser todas iguais, mas o conceito deve ser facilmente identificado pelo público-alvo. Seguem as diretrizes:

- Criação de 02 (duas) peças para mídia OOH (outdoor, busdoor e relógios de rua) para cada público pontuado;
- Criação de 02 (duas) peças para webdoors, para o site do CORE-SP sobre a campanha publicitária. Especificação: 1920 x 540 pixels e 576 x 650 pixels;
- Criação de 01 (um) anúncio a ser enviado por ferramenta para e-mail marketing administrada pelo Core-SP;
- Criação de 02 peças para as redes sociais do Core-SP: 940 X 126 pixels;
- Criação de 02 mensagens (com imagens) para serem postadas nas redes sociais e WhatsApp, administrada pelo Core-SP;
- Criação de 01 vídeo ou imagem para veiculação em monitores de edifícios comerciais (elevador, recepção, shoppings etc.);
- Criação de 02 (duas) peças para conteúdo em formato de áudio para veiculação em rádios no Estado de São Paulo e nas redes sociais cujos perfis são administrados pela equipe de Comunicação do Core-SP.

Outras peças, sugeridas pelas empresas licitantes, poderão ser descritas detalhadamente e seu uso deve ser justificado considerando-se os objetivos do Plano de Comunicação.

Não é necessário, entretanto, que sejam apresentadas em sua versão final. Contudo, sua inclusão no Plano deve ser demonstrada de maneira clara e efetiva para que a Comissão de



**CONSELHO REGIONAL DOS REPRESENTANTES COMERCIAIS
NO ESTADO DE SÃO PAULO**
CORE-SP

Licitação e a Subcomissão Técnica entendam as razões que levaram à concepção desses produtos e sua aplicação na campanha.

Assim sendo, as dez peças poderão integrar a estratégia descrita no Plano de Comunicação e poderão ser computadas na avaliação final.

8 PERÍODO (VEICULAÇÃO)

Criação, produção e veiculação de toda campanha deverá ocorrer no 1º semestre de 2021.

9 PRAÇA

A campanha deverá ser elaborada com vistas em todo o Estado de São Paulo.

Frise-se que o Core-SP possui sua sede na capital e mais 12 Escritórios Seccionais, situados nos seguintes municípios: São José dos Campos, Santos, Campinas, Sorocaba, Rio Claro, Araraquara, Ribeirão Preto, Marília, Presidente Prudente, São José do Rio Preto e Araçatuba).

10 INVESTIMENTO

Para o desenvolvimento de todo o Plano Estratégico de Comunicação do Core-SP, está previsto o orçamento destinado a **serviços de divulgação institucional**, no valor de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), incluindo mídia e produção, sendo até 20% deste valor empregado na produção de peças a serem veiculadas nos meios descritos anteriormente.

A quantia supramencionada está disponível na conta contábil nº 6.2.2.1.1.01.04.04.018.

11 PRAZO

As propostas criativas e os custos de cada etapa devem ser apresentadas conforme previsto no Edital e Anexos.

12 ESCLARECIMENTOS

Dúvidas sobre aspectos do briefing e da criação devem ser esclarecidas por escrito por meio do e-mail: licitacoes@core-sp.org.br.

Dúvidas sobre questões de precificação e contratação devem ser esclarecidas por escrito por meio do e-mail: licitacoes@core-sp.org.br.

São Paulo, 10 de dezembro de 2020.

Márcio C. Gonzalez
Assessoria de Comunicação

Aprovo
Sidney Fernandes Gutierrez
Diretor-Presidente do CORE-SP