



## **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2015**

### **ESCLARECIMENTO Nº 04 DE 28-01-16**

**1** – No item 2.4 da página 62 está escrito: “2.4 Cases – Duas campanhas de propaganda completas, desenvolvidas anteriormente pela LICITANTE, com apresentação de relato dos problemas que cada campanha se propôs resolver e os resultados alcançados, referendado com a assinatura do anunciante, em até quatro laudas cada relato. Em anexo, deverão estar 5 (cinco) exemplos, no máximo, das peças utilizadas. As peças impressas deverão ser apresentadas em pranchas com o máximo de 42 x 30 (formato A3)”.

Podemos apresentar peças eletrônicas? Se sim, elas podem ser apresentadas em CD ou DVD?

**Resp.** Sim, em CD, DVD, ou Pen Drive.

**2** – As peças eletrônicas do portfólio e dos cases devem vir em um mesmo DVD ou em DVDs separados?

**Resp.** Fica à critério do licitante.

**3** - No item b Portfólio da página 65, é informado que um dos critérios de avaliação é “a pertinência da solução apresentada ao problema de comunicação”. As fichas técnicas de cada peça também devem apresentar um breve exposto sobre o desafio e a solução encontrada pela agência para cada uma das peças?

**Resp.** Fica à critério do licitante.

**4** - Se sim, existe algum limite de caracteres?

**Resp.** Os limites são os descritos no item 2.3 do anexo I do edital.

**5** - As fichas técnicas devem ser incluídas nas próprias pranchas das peças?

**Resp.** Fica à critério da licitante.

**6** - Em relação ao item 1.3.III, constitui objeto do trabalho da CONTRATADA “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”. Podemos interpretar essas novas tecnologias como ações digitais (criação e programação de sites, webgames, planejamento e manutenção de redes sociais, ações mobile, etc)?

Essas ações farão parte do trabalho da CONTRATADA?

**Resp.** Essas ações constam do objeto do edital. Item 1.3, III. Logo, poderão ser demandadas.

**7** - No subitem 1.4 do Anexo I, a agência deverá prever os valores referentes a distribuição dos materiais juntamente com produção e veiculação?

**Resp.** Não.

**8** - Estratégia de Não Mídia - a agência poderá prever a utilização dos recursos próprios de comunicação do Governo de Minas?

**Resp.** Não.

**9** - Se sim, quais são?

**Resp.** Prejudicada.

**10** - Quais as especificações de veiculação em cada um?

**Resp.** Prejudicada.

**11** - Os gráficos utilizados na Estratégia de Mídia (invólucro 1 e 2) também não fazem parte do limite estabelecido de 5 laudas para este item?

**Resp.** Não fazem parte do limite, os instrumentos que identificarão as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades e inserções.

**12** – Nas 25 linhas dos cadernos que compõem a proposta técnica, serão consideradas apenas as 25 linhas escritas? As linhas em branco, para eventuais separações de parágrafo, serão consideradas linhas dentro do limite estabelecido?

**Resp.** O limite é de 25 linhas.

**13** – A agência deverá prever a comissão de mídia de 20% (desconto padrão), na formulação do plano de comunicação?

**Resp.** Não. Vide resposta à resposta 9 do esclarecimento de 07-1-16.

**14** - Na relação de peças que compõem o portfólio e os cases apresentados pela agência, a licitante poderá incluir trabalhos desenvolvidos para o Governo de Minas?

**Resp.** Sim.

**15** – Na apresentação da Ideia Criativa, caso a licitante opte por apresentar um hotsite/aplicativo/portal/presentation (página inicial e páginas internas), o conjunto de imagens será considerado uma peça?

**Resp.** Conforme item 1.3 do anexo I do edital, fica estabelecido o limite de três peças da campanha por meio (esboços, lay-outs, spots, storyboards etc), já tendo sido esclarecido o conceito de meio, na resposta 17, do esclarecimento 2, de 15-1-15.

**16** – A comissão de julgamento será a mesma para todos os lotes?

**Resp.** Sim, a Subcomissão Técnica e Comissão Especial de Licitação são as mesmas, para todos os lotes.

**17-** Na proposta de mídia e não mídia, vamos usar como referência a tabela de veículos com a data da publicação do edital?

**Resp.** Sim, os custos devem se referir à última tabela disponibilizada pelo veículo, na data da publicação do edital.

**18** - As empresas que participarem sob a forma de consórcio, apresentarão uma única Proposta Técnica, reunindo inclusive suas campanhas e soluções de comunicação. Neste caso, o limite de laudas é para cada uma das agências, está correto o entendimento?

**Resp.** Não. O Consórcio participa como 1 licitante.

**19 - IDEIA CRIATIVA:** É permitida a apresentação de monstros e/ou *animatics* para os meios TV, rádio e internet?

**Resp.** Vide resposta ao questionamento nº 04, do esclarecimento nº 01 de 07-1-16.

**20** - Sobre a resposta afirmativa da necessidade de carimbar e rubricar todas as páginas dos cadernos pelo representante legal da licitante, e considerando que não existe nenhum item no edital que os exija, perguntamos: é necessário a aplicação do carimbo e a rubrica em todas as páginas?

**Resp.** Inicialmente, ressalte-se que o envelope 1 não pode ser identificado. Quanto aos demais, fica a critério da licitante, devendo o envelope ser identificado, conforme edital.

**21** - De acordo com o item 4.7.2, o Plano de Comunicação Publicitária - via não identificado, não poderá ter marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante. Podemos entender assim que devemos apresentar as folhas soltas, sem nenhum tipo de encadernação ou grampo?

**Resp.** Com o objetivo de manter a confidencialidade, transparência e isonomia neste processo licitatório e em atendimento ao item 4.7.2 do Edital, a Comissão de Licitação não responderá a esclarecimentos sobre a forma de encadernação dos documentos a serem inseridos no Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada)

**22** - Na descrição do conjunto de peças a serem apresentadas como portfólio da licitante, possibilita-se que sejam apresentadas peças de qualquer natureza. Na ficha técnica contudo, pede-se a descrição do veículo onde a peça foi inserida. No caso de peças promocionais e de não mídia, elas não são

veiculadas em meios de comunicação tradicionais. Podemos apresentar folders, livros, entre outros materiais dessa natureza, que tiveram sua distribuição feita por outro meio, como via Correios, em ações promocionais ou diretamente em locais relacionados ao tema da peça, como escolas, hospitais, por exemplo?

**Resp.** Sim.

**23 -** Esclarecimento sobre a apresentação das peças que corporificam a Ideia Criativa. **Pergunta:** A simulação de aplicação das peças como, por exemplo, o encaixe do layout criado aplicado em uma foto de uma traseira de ônibus, será considerada peça adicional ou duplicada dentro do limite de 3 peças por meio?

**Resp.** Vide resposta ao questionamento 6.4 do esclarecimento nº 3, de 26-1-16.

**24 -** A agência ou consórcio participante precisa realizar algum Cadastro de Fornecedor prévio junto ao Governo para participar do certame?

**Resp.** Não.

**25 -** No caso de consórcio, as agências devem registrar o termo de formação de consórcio na JUCEMG antes do recebimento dos invólucros, no dia 16/02/2016? Ou apenas redigir e assinar o termo e apresenta-lo no momento do credenciamento?

**Resp.** Não, devem apenas redigir e assinar o compromisso de consórcio. Item 8.2, do edital.

Belo Horizonte, 28 de janeiro de 2016

**Cristina Rocha Guimarães**

Presidente da Comissão de Licitação