



**ESCLARECIMENTO Nº 07 - DE 20/11/2019**

**Pergunta 1**

Em resposta à pergunta de nº 17 do Esclarecimento nº 5, a Comissão esclarece que está vedada a inclusão de ações promocionais das campanhas.

**Pergunta:** Será permitida a apresentação de materiais de apoio promocional como brindes, camisetas, adesivos, bottons, flyers, material de pdv, mídia kit, displays, samplings etc.?

**Resposta: Sim, desde que façam parte da Campanha.**

**Pergunta 2**

Em resposta à pergunta de nº 11 do Esclarecimento nº 5, a Comissão esclarece que o objetivo é sair de um Ideb de 3,59 (índice de 2017) para 4,28 em 2020 (e não 2012), no ensino médio da rede estadual.

Sabendo que o Ideb é medido a cada dois anos, e entendendo que o último índice divulgado foi em 2017, o próximo será o de 2019 e o seguinte em 2021.

**Pergunta:** a meta a ser alcançada de um Ideb de 4,28 não seria a do ano de 2021?

**Resposta: Sim, a meta será para o ano de 2021.**

**Pergunta 3**

Nas peças eletrônicas e gráficas apresentadas referente a campanha da Secretaria de Saúde teremos que usar:

a) a marca do Governo e o slogan (Governo diferente. Estado eficiente.)?

**Resposta: Sim.**

b) a marca do SUS?

**Resposta. Não.**

**Pergunta 4**

Ainda sobre a campanha que irá representar o lote da Secretaria de Estado de Saúde, na qual o tema é sobre Dengue, é necessária a inclusão do tema que está no Briefing – (DENGUE “Juntos a gente vence essa batalha”)?

**Resposta: Fica a critério das licitantes a inclusão ou não.**

**Pergunta 5**

O licitante deve informar com antecedência em quais lotes vai concorrer ou deve-se apenas sinalizar no conjunto de invólucros a qual lote se destina?

**Resposta: Sim. No recebimento dos invólucros 01 a licitante deverá informar em quais lotes irá concorrer.**

**Pergunta 6**

Para o Lote 5, onde o tema é uma ferramenta 100% digital, será permitida a apresentação de monstros para rádio, tv e internet?

**Resposta: Não, monstros somente serão permitidos para Rádio e TV.**

**Pergunta 7**

Sobre o site que hoje hospeda o Cbloc, temos autonomia para propor uma alteração de estrutura e/ou layout?

**Resposta: Sim.**

**Pergunta 8**

Onde podemos encontrar a marca Cbloc em alta qualidade, caso seja necessário utilizá-la na campanha de divulgação?

**Resposta: Disponibilizaremos a marca da Cbloc em alta qualidade no endereço <http://www.governo.mg.gov.br/Download>.**

**Pergunta 9**

Podemos apresentar uma peça em mais de uma prancha? Por exemplo: um hotsite que contenha várias dobras poderá ser apresentado em uma sequência de pranchas, para que a leitura do conteúdo não fique comprometida?

**Resposta: Um hotsite e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça, podendo cada página ser inserida em um papel supremo formato A3.**

**Pergunta 10**

Peças digitais poderão ser apresentadas animadas?

**Resposta: As peças eletrônicas para internet, não poderão conter animações, somente deverão ser apresentados esboços (layouts, textos, roteiros, e/ou storyboards).**

**Pergunta 11**

Anexo 1 – Conteúdo da Proposta Técnica, Invólucro 3 – Conjunto de Informações, Item 1.3 Cases – Em substituição as 5 peças solicitadas pelo edital, podemos apresentar apenas o videocase da campanha que contém as 5 peças? Nesse caso, o videocase também será considerado 1 peça?

**Resposta: Não, as peças devem ser apresentadas separadamente. O videocase será considerado uma peça.**

**Pergunta 12**

Em que formato devem ser apresentados os sites/hotsites/aplicativos?

**Resposta: As peças de internet da campanha deverão ser apresentadas impressas em papel supremo formato A3.**

### **Pergunta 13**

O esclarecimento da comissão estabeleceu que "Devido ao valor da verba destinada para o exercício de elaboração da estratégia de comunicação, o público alvo da campanha será somente a população de Minas Gerais".

**Pergunta:** Podemos propor no plano de mídia veículos cujo alcance de público é maior que o Estado de MG, ou seja, veículos que contemplam Minas Gerais, mas que também extrapolam para outras praças.

**Resposta: Sim, desde que exista uma justificativa técnica na Estratégia de Mídia e Não Mídia.**

### **Pergunta 14**

Na pág. 77, item 1.4.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia, o edital traz:

II – deve ser desconsiderado o repasse da parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;

**Pergunta:** As licitantes deverão considerar em seus planos de mídia os valores líquidos dos veículos?

**Resposta: Não, as licitantes deverão considerar em seus planos de mídia os valores brutos e “tabela cheia” dos veículos de comunicação.**

### **Pergunta 15**

Item 1.2 Portfólio – Conjunto de trabalhos realizados pela LICITANTE, apresentado em caderno único, com espiral ou wire-o à esquerda, com no máximo 12 (doze) peças de qualquer natureza, com as respectivas fichas técnicas, sendo os filmes em CDs ou DVDs, e os spots e jingles em CDs, apresentados em anexo.

As fichas técnicas deverão conter a razão social do cliente, o tipo e o título da peça, indicação de um veículo onde foi inserida e o mês e ano de sua veiculação, bem como um breve relato sobre o desafio e a solução encontrada pela agência para cada uma das peças.

**Pergunta:**

As licitantes poderão incluir apenas peças que foram veiculadas em veículos de mídia? Ou podemos incluir outras peças como livros, cartazes e filmes que foram exibidos/distribuídos em locais públicos, eventos, etc..

**Resposta. As licitantes poderão incluir outras peças como livros, cartazes e filmes que foram exibidos/distribuídos em locais públicos, eventos, etc..**

### **Pergunta 16**

O item 5 do Edital determinou que para a apresentação da proposta comercial, deverão ser observados os valores de mercado, as necessidades da manutenção e qualidade de comunicação da Secretaria Geral, conjugados com a necessária exequibilidade do contrato a ser firmado. Com base nessas considerações, foi aplicado um percentual de 25% como limite para se encontrar o percentual de desconto sobre os custos internos de agência, subitem 5.1.1.

**Pergunta:** Seguindo essa linha de raciocínio, devemos considerar então este mesmo número (25%) como limite máximo para se encontrar o menor percentual de honorários a ser cobrado nos subitens 5.1.2 a 5.1.5?

**Resposta: Não. De acordo com o edital não existem limites mínimos para os percentuais de honorários a serem cobrados no 5.1.2 a 5.1.5.**

**Pergunta 17**

No Anexo I, página 75, o Edital apresenta a formatação exigida na Proposta Técnica e cita os conteúdos que deverão estar contidos em cada parte.

Na Ideia Criativa, a licitante “apresentará a resposta criativa da licitante aos desafios e metas por ela explicitados, contendo os temas e os conceitos a serem desenvolvidos pela campanha publicitária baseada no briefing;” (grifo nosso).

Porém, no item Julgamento das Propostas Técnicas, o edital diz que a Comissão de Licitação deverá observar os seguintes aspectos: no quesito Estratégia de Comunicação Publicitária, a letra “b” diz que serão observados “a adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos (...)”.

**Pergunta:** Em que parte do texto deverão ser apresentados os temas, conceitos e linhas de comunicação da campanha proposta?

**Resposta: Na Estratégia de Comunicação Publicitária.**

**Pergunta 18**

No anexo B, modelo de proposta de preço, temos o seguinte texto: “As condições apresentadas nesta proposta serão mantidas por um período de 90 (noventa) dias, a contar da data de sua apresentação”.

Já nas orientações referentes a elaboração da proposta, consta o texto: “O prazo de validade da proposta comercial deverá ser de 90 (noventa) dias, a contar da data de abertura do respectivo invólucro”.

**Pergunta:** Qual texto devemos incluir na proposta comercial?

**Resposta: O texto que deverá ser incluído na proposta comercial é “O prazo de validade da proposta comercial deverá ser de 90 (noventa) dias, a contar da data de abertura do respectivo invólucro”**

**Pergunta 19**

Item 1.4.4 A simulação do Plano de Distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

I – os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;

II – deve ser desconsiderado o repasse da parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;

**Pergunta:** Para a simulação da campanha devemos considerar apenas o valor bruto de tabela dos veículos, ou devemos retirar os 20% de comissão da agência? Em resumo, a licitante deve apresentar os valores líquidos ou brutos na simulação da campanha?

**Resposta: As licitantes deverão considerar em seus planos de mídia os valores brutos e “tabela cheia” dos veículos de comunicação.**

**Pergunta 20**

Será permitido a proposição de ações com influenciadores na simulação da campanhas?

**Resposta: Sim.**

### **Pergunta 21**

O item 5.5, sobre a "Proposta Comercial" diz que "Deverão constar na proposta, obrigatoriamente, todos os textos contidos no modelo do ANEXO B, apresentado neste edital".

Em seguida, o item 5.6 determina que "O prazo de validade da proposta comercial deverá ser de 90 (noventa) dias, a contar da data de abertura do respectivo invólucro". Ocorre que o ANEXO B diz que as validades das propostas "serão mantidas por um período de 90 (noventa) dias, a contar da data de sua apresentação".

**Pergunta:** A validade deve ser da data de abertura do respectivo invólucro ou da data de sua apresentação?

**Resposta:** O prazo de validade da proposta comercial deverá ser de 90 (noventa) dias, a contar da data de abertura do respectivo invólucro.

### **Pergunta 22**

Podemos inserir recortes de matérias veiculadas com o resultado das campanhas no texto do Case respeitando o limite de 04 laudas para cada case?

**Resposta:** Não.

### **Pergunta 23**

Invólucro 3, Portfólio, pode utilizar peças criadas para o Governo?

**Resposta:** Não podem ser utilizadas peças criadas para o Governo do Estado de Minas Gerais.

### **Pergunta 24**

Invólucro 1 e invólucro 3 (Ideia criativa / Portfólio / Case).

Em todos o edital indica qual papel será utilizado, Supremo, porém não informa a gramatura, qual será a gramatura?

**Resposta:** A gramatura do papel supremo será de 300 gr/m<sup>2</sup>.

### **Pergunta 25**

Os invólucros 1, 2 e 3 deverão ser apresentados "em 3 (três) invólucros distintos e fechados com cola." Já no subitem 4.9.1, afirma-se que o invólucro 3 "poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura."

O invólucro 1 será fechado com cola, uma vez que será fornecido pela própria Secretaria Geral.

**Pergunta:** Os demais invólucros 2, 3 e 4 podem ter fechamento diferente do de apenas colagem, desde que preservando seu caráter de inviolabilidade e sigilo?

**Resposta:** Sim.

### **Pergunta 26**

No item 4.7 do Edital, temos que: " O conteúdo do invólucro 1, deverá ser apresentado em caderno único, com espiral preto colocada à esquerda; capa e contracapa em papel A4 branco,...

No anexo1, item 1.3 Ideia criativa, temos que: "... As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas em papel supremo formato A3, e as peças eletrônicas, em CD ou DVD, executáveis em sistema operacional Windows, que também deverão ser anexados em papel supremo, com suporte de borracha ou dentro de envelope branco próprio para CD ou DVD...

Essas peças de criação não fazem parte do limite estabelecido para o texto, de 8 (oito) laudas, proposto neste item e devem ser apresentadas em caderno próprio (espiral preto ou wire-o) dentro do envelope.

**Pergunta:** Podemos considerar que serão dois cadernos e não caderno único, pois a apresentação das peças ilustrativas da ideia criativa será em caderno próprio?

**Resposta:** 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 Especial de Licitação não responderá esclarecimentos sobre o conteúdo do Invólucro 1.

**Pergunta 27**

As capas dos cadernos (2, 3 e 4) deverão apresentar identificação quanto ao seu conteúdo?

**Resposta:** Fica a critério da licitante.

**Pergunta 28**

No Anexo1, itens 1.1 Raciocínio Básico, 1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária, 1.3 Ideia Criativa e 1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia, temos que: "..., com espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos, entretítulos, e entre parágrafos, ...

**Pergunta:** O espaçamento duplo será contado como uma linha?

**Resposta:** Sim.

**Pergunta 29**

Gostaríamos de esclarecer a respeito da apresentação do Portfólio:

Os sites e aplicativos poderão ter sua navegabilidade filmada e apresentada no formato de CD/DVD?

**Resposta:** Não

**Belo Horizonte, 19 de novembro de 2019.**

  
**Juliano Fisicaro Borges**  
Presidente da Comissão Especial de Licitação.