



CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM

ESTADO DE MINAS GERAIS

PEDIDO DE ESCLARECIMENTO 3

1) Conforme o item 14.8.4 - c) Idéia Criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão a resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária; está limitado apenas à 02 folhas (instrução na página 53), ficando inviável apenas em 2 (duas) folhas. Como proceder?

RESPOSTA ESCLARECIMENTO 3

Fica alterado o limite para 5 (cinco) páginas para a idéia criativa. Como esta alteração realizada no edital não interfere na formulação das propostas, fica mantida a data e horário para a realização do certame. O edital retificado e as respostas aos esclarecimentos serão disponibilizados no site oficial do órgão, qual seja: www.cmc.mg.gov.br e enviados e-mail aos licitantes que encaminharam o recibo de retirada do edital.

PEDIDO DE ESCLARECIMENTO 4

1) Idéia Criativa

O edital (pg. 51) orienta a "envolver veículos impressos (jornais, revistas e outdoor), veículos online (hotsites, banners ou anúncios) e veículos eletrônicos (rádio ou TV)".

Perguntamos:

- a) Devemos criar necessariamente e exclusivamente as peças enumeradas nos parênteses, ou podemos sugerir outras que não tenham sido contempladas no trecho acima?



CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM

ESTADO DE MINAS GERAIS

RESPOSTA : A criação das peças, levando em consideração o briefing proposto, deve seguir exatamente as solicitações descritas.

- b) No caso de "veículos impressos" o enunciado traz a conjunção "e" ao enumerá-los, portanto devemos criar as peças para os três veículos mencionados (jornal / revista / outdoor)?

RESPOSTA : Sim, há necessidade da criação de uma peça para cada veículo enumerado.

- c) No caso dos demais veículos (online e eletrônicos), podemos escolher apenas um dos itens listados, já que a conjunção utilizada foi "ou"?

RESPOSTA: Sim, pode-se escolher uma das mídias propostas.

2) Verba

Na pg. 51, orienta-se a desenvolver a campanha baseando-se na "capacidade executiva financeira, considerando o recurso previsto para o contrato e evidenciada num plano simulado de distribuição de peças publicitárias".

Perguntamos: Tendo em vista que a verba do contrato é de R\$ 550 mil, podemos utilizá-la proporcionalmente ao que seria ideal para uma campanha 30 dias, ou há um valor específico que deverá ser considerado?

RESPOSTA

O plano proposto deverá obedecer o limite de até 15% (quinze por cento) do valor total do contrato, nos termos do item 14.8.4 letra D do edital de licitação, sob risco de o projeto não ser exequível. Para melhor clareza será inserido a palavra até no item 14.8.4 –D.



CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM

ESTADO DE MINAS GERAIS

Cumpramos o alerta que nos termos dos itens 16.1.6.2 incisos II e IV, na avaliação do quesito **ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA** (máximo de 25 pontos), serão verificados a “Capacidade de articular os conhecimentos sobre a CMC, o ambiente no qual ela se insere, seu problema específico de comunicação, seus públicos diversos, os resultados e metas e **a verba disponível**”. E na avaliação do quesito **ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA** (máximo de 15 pontos) serão verificados a “Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças”.

3) Envelopes não padronizados

No item 14 e respectivos subitens não há indicação das especificações dos envelopes 2, 3 e 4.

Perguntamos: há algum padrão a ser adotado para a confecção dos envelopes, ou as licitantes estão livres para apresentá-los nos padrões que julgarem mais adequados?

RESPOSTA

Os envelopes 2, 3 e 4 as licitantes estão livres para apresentá-los nos padrões que julgarem mais adequados.

Contagem 16 de Setembro de 2015

Dilson Martins Drumond
Presidente da Comissão de Licitação