



CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM

ESTADO DE MINAS GERAIS

Contagem, 23 de novembro de 2022.

RESPOSTA À PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS Nº 01 CONCORRÊNCIA Nº 001/2022

ÀS LICITANTES;

1. DO EVENTO:

Trata-se de PEDIDO DE ESCLARECIMENTO ao Edital de **CONCORRÊNCIA Nº 001/2022** - PROCESSO Nº 049/2022 - EDITAL Nº 09/2022 - cujo o objeto é CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE/PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E MARKETING, VISANDO O PLANEJAMENTO, ESTUDO, PESQUISA, CRIAÇÃO, VEICULAÇÃO E CONTROLE DE RESULTADO DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS E INSTITUCIONAIS DE CARÁTER INFORMATIVO, EDUCATIVO E DE ORIENTAÇÃO SOCIAL DE INTERESSE DA CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM, PELO PERÍODO DE 12 (DOZE) MESES A CONTAR DA DATA DE ASSINATURA DO CONTRATO, CONFORME ESPECIFICAÇÕES PRESENTES NO TERMO DE REFERÊNCIA encaminhado por empresa, "possivelmente interessada em participar do certame", e em atendimento ao requerido vem a Comissão Permanente de Licitação (CPL), vem manifestar no que segue:

2. DA TEMPESTIVIDADE:

PEDIDO DE ESCLARECIMENTO encaminhado, tempestivamente, via e-mail, em conformidade com o instrumento convocatório.

3. DO QUESTIONAMENTOS E RESPOSTAS:

Considerando análise do SETOR TÉCNICO REQUISITANTE, seguem as respostas relativas aos questionamentos recebidos:

QUESTIONAMENTO 01:

- NO ITEM 4.3.8 IDEIA CRIATIVA:

c) As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas soltas, separadamente do caderno único mencionado anteriormente, em pranchas com 420x297mm (formato A3, papel cartão supremo branco) e as peças eletrônicas em CD ou DVD, que também deverão ser anexados em papel A3 cartão supremo branco, através suporte de borracha ou dentro de invólucro branco próprio para CD ou DVD colados no A3 aqui especificado.

Perguntamos: Devemos apresentar monstros das peças abaixo ou apenas roteiro ou Storybord?

- Spot, Jingle?

- Peças de internet? (com imagens em movimento (vídeos)

- VT? (com imagens em movimento (vídeos)



CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM

ESTADO DE MINAS GERAIS

RESPOSTA:

As licitantes poderão utilizar a formatação das peças da forma que entenderem necessárias e aptas a refletirem a melhor resposta criativa aos desafios e metas solicitadas para a campanha simulada.

QUESTIONAMENTO 02:

- NO ITEM 4.3.8. IDEIA CRIATIVA

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 10 (dez) peças como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária;

Já no Briefing Anexo A item 5.2, 5.3

5.2) Deverá ser entregue o Plano de Comunicação Publicitária (sem a identificação da licitante) com os respectivos anexos, com os exemplos de peças, impressos em leiautes ou gravados em CD ou DVD, a serem elaborados a partir dos critérios estabelecidos a seguir:

5.3) O Plano de Comunicação Publicitária: será elaborado com base no Briefing, o qual compreenderá no mínimo, os seguintes elementos:

ITEM 1

Publicações para múltiplos perfis de redes sociais

Facebook Instagram Twitter Youtube TikTok Whatsapp

As publicações para o Facebook, Instagram e Youtube incluem vídeos com duração de 2 a 5 minutos.

ITEM 2

Peças de veiculação da campanha:

Jornais impressos

Sites de notícias (banners) Revistas

Outdoor Busdoor

Spot para rádio,

Spots para carros de som, VTs para TV

Faixa.

ITEM 3

Mídias tradicionais (materiais impressos)

Jornais informativos

Flyer

Adesivo

Folder

Cartazes

Impressos com corte especial

No Item 4.3.8. Ideia Criativa é solicitado 10 peças, já no item Briefing Anexo A item 5.2, 5.3 é solicitado no mínimo 19 peças.



CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM

ESTADO DE MINAS GERAIS

Perguntamos: Devemos apresentar 10 peças (Ideia Criativa) escolha livre da agência? Ou devemos escolher 10 peças das 19 listadas no briefing?

RESPOSTA:

O item 5.3 do Anexo A - Briefing mostra o indicativo mínimo dos elementos que devem constar do Plano de Comunicação a ser apresentado pelas licitantes.

Portanto, conforme determinado na alínea "b" do item 4.3.8 da Ideia Criativa, a licitante deverá escolher e apresentar 10 (dez) peças, da relação citada na alínea "a" do citado item, como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação colocados para o exercício criativo.

QUESTIONAMENTO 03:

No item 4.3.10.2

Nessa simulação:

c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

Já no Briefing Anexo A pag. 72 - A licitante deve ter como base a criação, produção e veiculação da campanha dentro de um limite orçamentário de R\$450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais) utilizando todos os meios de comunicação disponíveis que julgar necessário para atingir os objetivos do briefing.

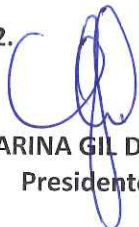
Pergunta: É para desconsiderar os custos de criação correto?

RESPOSTA:

Sim, os custos de criação presentes na Lista de Referência de Custos Internos do SINAPRO/MG, e os honorários sobre serviços de fornecedores não devem ser considerados pelas licitantes no limite orçamentário citado no Briefing.

Sem mais para o momento.

Contagem, 23 de novembro de 2022.


CARINA GIL DOS SANTOS
Presidente da CPL