



GOVERNO DE MINAS GERAIS
SECRETARIA DE ESTADO DE GOVERNO
Subsecretaria de Comunicação Social

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2015

ESCLARECIMENTO Nº 02 DE 15-01-16

Anexo I – Conteúdo da Proposta Técnica – 1. Envelopes 1 e 2 – Plano de Comunicação Publicitária, subitem 1.3, Ideia criativa, meios de comunicação.

1 - O texto informa que “fica estabelecido o limite de três peças da campanha por meio”, sendo os meios: TV, rádio, backbus, site, jornal, revista, outdoor, aplicativo, cinema, carro de som, dentre outros... Podemos criar 3 peças criativas de cada meio?

Resp. Sim.

2 - Exemplo: 3 anúncios de revista, 3 spots/jingles, 3 sites, 3 banners de internet, 3 vts para TV, 3 backbus, 3 anúncios para jornal, dentre outros meios? Se são 3 peças por meio, **então não existe limite de peças no total por campanha?**

Resp. Fica estabelecido o limite de três peças da campanha por meio.

ENTREGA DAS PROPOSTAS

3 - Quais as orientações desta Comissão para a entrega do caderno “Plano de Comunicação Via Não Identificada”? Ele deverá ser encadernado? Se sim, com espiral ou wire-o? E de qual cor?

A primeira e a última página devem ser um A4 branco?

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 como encadernar o Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada)

4 - Como devemos lacrar o envelope apócrifo? Com cola ou fita adesiva?

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 como lacrar o Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada)

5 - Em questionamento respondido no dia 07/01, a Comissão de Licitação definiu que as peças apresentadas na Ideia Criativa não poderão estar fora de suas dimensões reais (em versões reduzidas ou ampliadas). Considerando que as pranchas deverão ter, no máximo, 42 x 30 cm, como deverão ser apresentadas peças de formatos grandes como, por exemplo, busdoor, outdoor, painéis, etc? Podemos apresentar peças com dimensões reduzidas desde que mantidas suas proporções?

Resp. Sim. As peças não poderão exceder o tamanho 42 x 30 cm.

6 - As peças de Portfólio e Cases que serão apresentadas em anexo deverão ter suas páginas numeradas?

Resp. Fica ao critério da licitante.

7 – Pergunta 6- Os exemplos apresentados na Ideia Criativa poderão conter peças fora de suas dimensões reais, ou seja, em versões reduzidas e/ ou ampliadas? Além disso, poderão ser apresentadas peças finalizadas e já montadas?

Resp. Não, quanto ao primeiro questionamento e sim, quanto ao segundo.

Nossa dúvida é:

Se o tamanho real da peça aplicada ultrapassar o limite de 42 X 30 cm, como por exemplo, um anúncio de página dupla 61,4 X 52 cm, ou no caso, de um layout de Outdoor. Como poderemos então apresenta-los?

Resp. Vide resposta da pergunta nº 5.

8– Sobre o item 3.4, no conteúdo de identificação do Invólucro 2 consta o seguinte texto: “Invólucro 3 – Proposta Técnica – Conjunto de Informações”. Entendendo que este conteúdo foi inserido de forma indevida, perguntamos: podemos excluí-lo?

Resp. Não, As etiquetas estão corretas. Invólucro 2 – “PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA IDENTIFICADA” e Invólucro 3 – “PROPOSTA TÉCNICA – CONJUNTO DE IN FORMAÇÕES.

9 – No item 4.5 há uma orientação sobre a formatação da Proposta Técnica. Sobre esta formatação, perguntamos:

Há necessidade de inserção da data e assinatura dos representantes legais ao término dos textos que compõem a Proposta Técnica?

Resp. Conforme item 4.7, o envelope nº 1 que compõe a proposta técnica não pode ser identificado. Quanto aos demais, fica ao critério da licitante.

10 - As margens superior e inferior das páginas não foram especificadas. A definição deste espaçamento poderá ser feita pela licitante?

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 definição das margens superior e inferior da proposta técnica

11 – Ainda sobre os “cases” previstos no item 2.4 do Anexo I, pergunta-se: podemos apresentar um videocase como uma das peças selecionadas para ilustrar a campanha?

Resp. Sim, desde que respeitado o limite constante do item 2.4 do anexo I.

12 – Sobre o item 6.4, “Qualificação Técnica”, alínea “c”, gostaríamos de confirmar o nosso entendimento: devermos apenas apresentar uma declaração de que serão apresentadas posteriormente as informações solicitadas, ou seja, não precisaremos, neste documento, especificar de imediato a relação da estrutura básica da Licitante, contendo indicação das instalações e equipe alocada. Nosso entendimento está correto?

Resp. Sim.

13 – No esclarecimento publicado em 7/1/16, ficou claro ser possível a inserção de imagens, fotos, tabelas e organogramas no item 4.1, Capacidade de Atendimento.

Gostaríamos de saber se o mesmo será permitido para os textos que fazem parte do Plano de Comunicação Publicitária (item 1 do Anexo I), itens “Raciocínio Básico”, “Estratégia de Comunicação Publicitária”, “Ideia Criativa” e

“Estratégia de Mídia e Não Mídia”, bem como aos demais textos que fazem parte do “Conjunto de Informações” (item 2 do Anexo I), a saber: “Investimento em Estrutura de Atendimento” e “Cases”.

Resp. O conteúdo do envelope 1 – Plano de Comunicação – Via não identificada, não pode ser identificado. Já o conteúdo do envelope 3 – Conjunto de informações, pode ser identificado. Logo, no envelope 3 podem ser inseridos imagens, fotos, tabelas e organogramas, desde que respeitado os limites descritos no item 2 do anexo I.

14 – No item “Do Processamento e Julgamento das propostas”, subitem 9.14, alínea “c”, determina-se que a pontuação mínima exigida é de 70% do total de pontos no conjunto da Proposta Técnica (Envelopes 1 e 3). Entretanto, no Anexo J, item 2.7, que se refere à “Etapa Técnica”, há a informação de que a licitante deve ter 60 pontos, o equivalente a 60% do total de pontos possíveis. Perguntamos: qual será a pontuação mínima exigida na Proposta Técnica para a classificação da Licitante?

Resp. 60% (sessenta por cento), conforme consta do 2º Aviso de Retificação do Edital, publicado no Diário oficial do Estado em 12/1/2016 e postado no site www.governo.mg.gov.br na mesma data.

15 – No Anexo J, item “X. Classificação final”, a descrição dos números em parênteses não corresponde ao número em si: “(...) terão peso 7 (**setenta**) e as notas das Propostas de Preços terão peso 3 (**cinco**), ...”. Pergunta-se: quais serão os pesos considerados das notas das Propostas Técnicas e das Propostas de Preços?

Resp. 7 (sete) e 3 (três), conforme consta do 2º Aviso de Retificação do Edital, publicado no Diário oficial do Estado em 12/1/2016 e postado no site www.governo.mg.gov.br na mesma data.

16 – Nos esclarecimentos publicados em 7/1/16, item 2, “Ideia Criativa”, pergunta 6, a Comissão diz não ser permitido apresentar peças fora de suas dimensões reais. Seguindo esta orientação, teríamos que providenciar a impressão de peças como outdoor, backbus e painéis, por exemplo, no seu tamanho original, ou seja, com dimensões impossíveis de serem abrigada em um envelope A3. Neste medida, solicitamos a permissão de apresentar os exemplos das peças da campanha fora de suas dimensões reais (reduzidas ou ampliadas), em simulações que permitam a visualização da peça e que venham sinalizadas sobre o seu real tamanho. Temos esta permissão?

Resp. Vide resposta à pergunta nº 5.

17 - Nos esclarecimentos publicados em 7/1/16, a Comissão concorda com a definição de meios de comunicação estabelecida em duas perguntas: Item 2, “Ideia Criativa”, pergunta 5 e Item 7, “Anexo I”, pergunta 29.

Há, entretanto, algumas divergências conceituais entre ambas descrições. Por exemplo:

“banca de revista”, determinada como um meio de comunicação na pergunta 5, seria um exemplo dentro de “Mobiliário Urbano”, descrito como meio na pergunta 29. Ou ainda, “banner eletrônico”, “site” e “redes sociais”, definidos cada um como um meio na pergunta 5, seria apenas exemplos dentro do item “Internet”, descrito como meio na pergunta 29. Esta licitante entende serem mais consistentes as definições de meios de comunicação descritas na pergunta 29. Diante disso, perguntamos: podemos considerar esta a definição para guiá-la no critério estabelecido pelo edital (Anexo I, item 1.3): apresentar 3 peças da campanha por meio?

Resp. A Comissão, utilizando-se como referência da tabela da SINAPRO, define como meio os abaixo descritos. Dessa forma, devem ser desconsideradas as respostas dadas nos itens 5 e 29 dos esclarecimentos publicados em 07/01/26:

Entende-se por meio, para fins dessa licitação os seguintes:

- Televisão;
- Rádio (AM/FM);
- Revista;
- Jornal;
- Cinema;
- Midia exterior (Outdoor; Backbus; Banca de Jornal, Painel de Led, etc);
- Carro de Som;
- Internet (mobile e desktop, banner eletrônico, sites, redes sociais, etc.)
- Material impresso (folheto, cartilha, folder, livreto, etc).
- Material promocional (*flyer*, banner, material de ponto de venda, *sampling*, cartaz, *blimp*, *wolder*, totem, display, etc).

Belo Horizonte, 15 de janeiro de 2016

Cristina Rocha Guimarães
Presidente da Comissão de Licitação