



ESCLARECIMENTO Nº 02 - DE 25/10/2019

Pergunta 1

No anexo I - CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA, item 1.3 Ideia Criativa, página 76, descreve o seguinte: "Fica estabelecido o limite de no máximo 25 (vinte e cinco) peças para toda a apresentação da ideia criativa." (...)

Porém, em todos os briefing de todos os lotes, pede - se no máximo 12 (doze) peças.

Qual número de peças devemos considerar?

Resposta: O limite de peças para apresentação da Ideia Criativa é de 12 (doze) peças, e não 25 (vinte e cinco) como descrito no item 1.3 "Ideia Criativa" do Anexo I.

Pergunta 2

O presente Edital prevê a possibilidade da concorrente participar de até 3 lotes, podendo sagrar-se vencedora de 1 apenas 1 lote.

Cada lote apresenta o seu briefing específico, dando a entender que as licitantes que pretendam participar de mais de 1 lote, tenha que apresentar uma proposta específica para cada um dos lotes concorridos.

No entanto, o Edital não foi claro ao explicar como as licitantes devem fazer para apresentar os documentos no caso de participarem de mais de 1 lote.

As licitantes devem apresentar toda a documentação dos 3 lotes no mesmo invólucro? Deve-se apresentar uma proposta comercial para cada lote? O invólucro de "Conjunto de Informações" será apresentado uma única vez ou será replicado para cada proposta? Levando em consideração o volume de peças para cada lote, caso não caiba nos envelopes, como devemos proceder?

Resposta: A licitante deverá apresentar uma proposta para cada lote que for participar, portanto, Cada licitante deverá entregar um invólucro nº 1, um invólucro nº 2, um invólucro nº 3 e um invólucro nº 4, para cada um dos lotes que for participar.

Pergunta 3

No item 1.3. do Anexo I do edital (Ideia Criativa), ficou estabelecido o limite de **25 peças** para toda a apresentação da ideia criativa. Ao mesmo tempo, no anexo H, Lote 06, ficou estabelecido o limite máximo de **12 peças** para a ideia criativa.

Pergunta: devemos considerar 25 peças ou 12 peças para apresentação da ideia criativa?

Resposta: Vide resposta à pergunta nº 1 acima

Pergunta 4

No item 1.3.3 do Anexo I do edital (Ideia Criativa), temos que "*Todas as peças publicitárias integrantes da ideia criativa deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta*".

Pergunta: por outro lado, será permitido propor, para a Estratégia de Comunicação e Plano de Mídia e Não Mídia, outras peças além do limite de peças corporificadas na ideia criativa?

Resposta: Sim.

Pergunta 5

No anexo H - Lote 06 do edital, temos duas informações:

- Objetivo da campanha: campanha tem por objetivo mostrar e exaltar as riquezas locais, atraindo, inclusive, **o turista de outros estados.**
- Público-alvo: **População do Estado de Minas Gerais.**

Pergunta: as informações acima são conflitantes para elaboração da estratégia de comunicação. Somente a População de Estado de Minas Gerais deve ser considerado para essa simulação da campanha ou devemos considerar também outros estados?

Resposta: 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 6

O item 3.4 do edital diz que as propostas "deverão ser entregues na sessão pública de abertura a ser realizada no dia **19/11/2019**, às 14h". Logo abaixo, temos a informação DATA LIMITE PARA ENTREGA DA PROPOSTA: **21/11/2019**.

Pergunta: qual data devemos considerar para a entrega das propostas, 19 ou 21/11/2019?

Resposta: A data para entrega das propostas será no dia 25/11/2019, às 10h, na Plenária do 9º andar do Edifício Gerais, na Cidade Administrativa Presidente Tancredo Neves - Rodovia Papa João Paulo II, 4.000, Belo Horizonte-MG, conforme 1º e 2º AVISO DE RETIFICAÇÃO DO EDITAL de 7/10/19 e 8/10/19, respectivamente, postados no site www.governo.mg.gov.br.

Pergunta 7

As logomarcas a serem aplicadas em cada lote e os respectivos manuais de aplicação da marca são os mesmos que estão disponíveis no site do Governo?

Resposta: Sim

Pergunta 8

SOBRE O BRIEFING DO LOTE 6: SECULT E SEDESE

Na página 74, o público-alvo da campanha sobre Turismo é definido como sendo "população do estado de Minas Gerais". Sendo assim, podemos entender que o foco da campanha é apenas estimular o turismo interno no Estado e não trazer visitantes de fora, correto?

Resposta: Vide resposta à pergunta nº 5 acima

Pergunta 9

As agências ou consórcios poderão enviar propostas para concorrer em até 03 (três) lotes, podendo sagrar-se vencedor apenas em 1 lote. A licitante que vencer mais de um lote deverá escolher apenas um para a prestação dos serviços. A agência não poderá concorrer sozinha e em consórcio para o mesmo lote.

Perguntamos: Caso a agência entre sozinha em um lote e em consórcio em outro lote e vença nos dois lotes, como ficará a escolha do lote para prestação dos serviços? Uma vez que ela poderá optar pelo lote em que venceu sozinha mas a agência que entrar em consórcio com ela poderá não abrir mão do lote que ganharam juntas.

Resposta: A licitante que vencer mais de um lote deverá escolher apenas um para a prestação dos serviços, independentemente de ter vencido sozinha ou em consórcio

Pergunta 10

BRIEFING LOTE 06 - PÁG. 74

De acordo com o item: **Objetivo da campanha**, ficou estabelecido que:

"A campanha tem por objetivo mostrar e exaltar as riquezas locais, atraindo, inclusive, o turista de outros estados."

Entretanto, o item Público Alvo elenca como público a: População do Estado de Minas Gerais, ambos os sexos, classes A,B,C, D e E acima de 16 anos.

Sendo assim, perguntamos: Como trata-se de uma campanha para estimular o turismo acreditamos que o público deve ser o mais abrangente possível, inclusive para fora do país.

Diante disso, devemos considerar a informação mencionada no Público Alvo?

Resposta: Sim. Deverá ser considerada a informação dada no Briefing.

Pergunta 11

Para o INVÓLUCRO 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES – 1. Capacidade de Atendimento, estão previstas até 25 laudas. A agência pode utilizar fotos para ilustrar e, em caso positivo, elas serão computadas dentro do limite de 25 linhas na lauda?

Resposta: Sim. As fotos serão computadas dentro do limite de 25 linhas na lauda.

Belo Horizonte, 28 de outubro de 2019



Juliano Fisicaro Borges
Presidente da Comissão Especial de Licitação