

	COMUNICAÇÃO INTERNA Superintendência Jurídica
Nº:02/2022	DATA: 27/01/2022
DE: Comissão Especial de Licitação - Portaria 5389/2021	

Referência: Solicitação de esclarecimentos - Edital 36/2021

No âmbito do Edital BDMG-36/2021, que visa a contratação de serviços de publicidade, registro, em razão da delegação recebida pela Portaria 5389/2021, com poderes a mim transferidos pelo Presidente da Comissão, ora ausente, as solicitações de esclarecimentos formuladas pela Sra. Livia Alvarenga, Gerente de Integração da Tom Comunicação, nos dias 18/01, 19/01 e 25/01 do ano de 2022, bem como registro as respostas apresentadas pela Comissão Especial de Licitação:

18/01/2022

Segue abaixo pedido de esclarecimentos:

8.2.3.1.1.1. Número de peças corporificadas por meio, mínimo de 2, se aplica para Rádio e TV?

Resposta:

De acordo com o item 8.2.3.1.1. do EDITAL BDMG-36/2021,...” Cada licitante deverá escolher de 03 (três) a 05 (cinco) meios de comunicação dentre os listados no item 8.2.3.1.1.1 e apresentar de 02 (duas) a 03 (três) peças para cada meio escolhido...”

8.2.3.2. Tão somente as peças corporificadas podem fazer parte da estratégia de mídia e não mídia?

Resposta:

O item 8.2.4.2 do EDITAL BDMG-36/2021, informa que “ A licitante deverá informar quais meios serão utilizados na campanha proposta... observada a relação apresentada no texto referente ao quesito Ideia Criativa, e suas respectivas quantidades...”.

8.2.4.1.1. Tendo em vista o limite de 5 laudas em formato A3 para planilhas e quadro resumo, podemos utilizar em 1 lauda 2 quadros ou quadro + planilha?

Resposta:

Sim

19/01/2022

Solicito pedido de esclarecimento:

O item 8.2.2 do edital diz:

*A licitante deverá indicar e defender as linhas gerais da campanha para suprir o desafio colocado pelo Briefing (Anexo II), indicando como pretende atender a cada um dos objetivos expressos no Briefing. Este texto deverá i) incluir um mapa de stakeholders ii) e ser concluído com um box, no qual deverá estar escrito uma sentença que defina resumidamente o “conceito geral da campanha”. a) a adequação da linha de comunicação proposta ao desafio colocado no Briefing;
b) a exequibilidade da campanha, considerando-se o orçamento disponível;
c) a inserção de todos os stakeholders destacados no Briefing;
d) a consistência lógica e a clareza na argumentação.*

Pergunta: Podemos "desenhar" ou criar um mapa ou um quadro e colar a imagem na folha A4, junto com o texto da Estratégia de Comunicação Publicitária?

Resposta:

Sim

25/01/2022

Segue pedido de esclarecimento.

Pergunta: é permitido utilizar peças do BDMG na apresentação do portfólio da agência?

Resposta:

As peças do BDMG deverão ser excluídas do portfólio.

Ana Rosa Lemos da Cunha Garzon

Presidente em Exercício

Portaria 5389/2021



Documento assinado eletronicamente por **Ana Rosa Lemos da Cunha Garzon, Superintendente**, em 27/01/2022, às 19:04, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 47.222, de 26 de julho de 2017](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.mg.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **41391915** e o código CRC **352F18C9**.