



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO ESTADO DE MATO GROSSO CREA-MT

RESPOSTA AO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO VIA E-MAIL: LICITACAO@CREA-MT.ORG.BR
TOMADA DE PREÇOS 001/2021
PROCESSO 2021008796

PEDIDO DE ESCLARECIMENTO AO EDITAL

O Presidente da Comissão Permanente de Licitações do CREA-MT, instituído pela Portaria nº 102/2021, no uso de suas atribuições e, considerando os pedidos de esclarecimentos ao Edital realizado via e mail, pela empresa: **MERCATTO**

LICITANTE: MERCATTO

DÚVIDAS – LICITAÇÃO CREA-MT

Considerando-se:

4.2.10.3 Subquesto III - Ideia Criativa: apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

a) Relação das peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma, limitadas a 08 (oito) tipos distintos de peças.

b) Exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária.

4.2.10.3.2 Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem **4.2.10.3** estão limitados a no mínimo 02 (dois) e no máximo 05 (cinco) para cada peça, independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) Roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;

b) 'monstro' ou layout eletrônico, para o meio rádio;

c) storyboard animado ou animatic, para os meios TV, cinema e internet;

d) 'boneca' ou layout montado dos materiais de não mídia.

4.2.10.6 Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem **4.2.10.3**, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

1) Pergunta-se: Apenas os exemplos de peças publicitárias que integrarem a relação prevista 'a' do subitem **4.2.10.3**, que estão limitadas à 08 tipos distintos, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta? Caso esse entendimento esteja correto, apenas as peças que compõem a alínea "a" devem ser contabilizadas na utilização da verba disponível para a campanha?



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO ESTADO DE MATO GROSSO CREA-MT

R: Sim, deve ser contabilizado.

2) As outras peças de que trata a alínea 'b' do subitem 4.2.10.3 que serão apenas exemplificadas não devem ser contempladas na Estratégia de mídia?

R: Poderão ser consideradas como estratégia de mídia.

3) Considerando-se, conforme item 4.2.10.3.2 que cada licitante poderá apresentar no mínimo 2 e no máximo 5 exemplos de peças para cada tipo dos 08 que estão limitados no briefing, é correto o entendimento de que pode-se apresentar no mínimo 16 exemplos de peças e no máximo 40 exemplos?

R: Se levado em consideração fazer o mínimo e o máximo, pode ser sim ser considerado.

Cuiabá/MT, 01 de Setembro de 2021.

João Vitor Rodrigues
Membro CPL



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO ESTADO DE MATO GROSSO CREA-MT