**Resposta aos Pedidos de Esclarecimentos**

**Pedido de Esclarecimento Nº 01:**

O conteúdo do Plano de Comunicação deverá ser entregue em um caderno único, com conteúdo impresso em papel A4, na orientação paisagem. Normalmente, documentos do Word usam orientação retrato (ou vertical), pois o texto funciona melhor neste formato. A orientação paisagem (ou horizontal) é aplicada para conteúdos como tabelas, por exemplo. No caso desta licitação, devemos apresentar TODO o conteúdo do plano na orientação paisagem?

R: Seguir conforme estipulado no edital:

**3.1.1.1.2**O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser redigido em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, em 2 (duas) vias, da seguinte forma:

• Caderno único e com espiral preta colocado à esquerda;

• Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 g/m2 a 90 g/m2, ambas em branco;

• Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 g/m2 a 90 g/m2, **orientação paisagem**;

• Espaçamento de 2 cm na margem esquerda e 2 cm na direita a partir da borda e espaçamento de 2cm na margem superior e de 2cm na margem inferior a partir das bordas.

• Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

• Espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

• Alinhamento justificado do texto;

• Texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho 12;

• Numeração em todas as páginas sequencialmente, pelo editor de textos, em algarismos arábicos no canto inferior direito da página a partir da primeira página interna;

• Sem identificação da licitante.

**Pedido de Esclarecimento Nº 02:**

1)       “3.1.1.2.1 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem a Ideia Criativa, deverá constituir-se em uma cópia da via não identificada com a identificação da licitante e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado. ”

PERGUNTA: A data e assinatura pode ser colocada em uma página à parte (11ª página) ou tem que integrar as 10 páginas totais?

R: São 10 páginas totais.

2)       O Invólucro 1 deverá ter um caderno composto por: RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA E ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA E A IDEIA CRIATIVA pode ser outro caderno ou peças soltas? Se forem peças soltas, pode ser em pranchas? Elas devem ser numeradas?

**3.1.1.1.2** O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser redigido em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, em 2 (duas) vias, da seguinte forma:

• Caderno único e com espiral preta colocado à esquerda;

• Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 g/m2 a 90 g/m2, ambas em branco;

• Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 g/m2 a 90 g/m2, **orientação paisagem**;

• Espaçamento de 2 cm na margem esquerda e 2 cm na direita a partir da borda e espaçamento de 2cm na margem superior e de 2cm na margem inferior a partir das bordas.

• Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

• Espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

• Alinhamento justificado do texto;

• Texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho 12;

• Numeração em todas as páginas sequencialmente, pelo editor de textos, em algarismos arábicos no canto inferior direito da página a partir da primeira página interna;

• Sem identificação da licitante.

**3.1.1.1.2.1** As especificações do subitem 3.1.1.1.2 não se aplicam às peças e aos materiais de que trata a alínea “b” do item 5.2 e à indicação prevista no subitem 5.2.3.2.

**3.1.1.1.2.2** Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e/ou tabelas, observadas as seguintes regras:

a) Os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;

b) Os dados e informações dos quadros e/ou tabelas devem ser editados na fonte Arial, cor preta, tamanho 10;

c) As páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas poderão:

c1) ser apresentadas em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto no subitem **3.1.1.1.2.6**, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4;

c2) ser impressas na orientação paisagem.

**3.1.1.1.2.3** Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

a) Ser editados em cores;

b) Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

c) Ter qualquer tipo de formatação de margem;

d) Ser apresentados em papel A3 dobrado e impressos na orientação paisagem.

**3.1.1.1.2.4** Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquesito Ideia Criativa **serão apresentados em apenas 1** (uma) via e separadamente do caderno de que trata o subitem **3.1.1.1.2.**

**3.1.1.1.2.4.1.** Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à Licitante atentar para o disposto no subitem 9.7 do termo de referência deste Edital.

**3.1.1.1.2.5** O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada **não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.**

**3.1.1.1.2.6** Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea “a” do subitem 5.2 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) laudas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquesitos.

**3.1.1.1.2.7** Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto no subitem 9.7 do termo de referência deste Edital.

**3.1.1.1.2.8** Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de comunicação e divulgação para a transmissão de mensagens publicitária.

**3.1.1.1.2.9** Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

**3.1.1.1.2.9.**1. Essas páginas devem seguir as especificações do subitem **3.1.1.1.2**, no que couber.

**3.1.1.1.3** O Invólucro nº 1 deverá ser retirado pela interessada, no período compreendido entre 09 e 17 horas, no seguinte endereço: Rua dos Timbiras, nº 1200, B. Boa Viagem - BH - MG

Demais orientações conforme o edital e seus anexos.

3) O CRM-MG tem um manual de identidade visual? Ele será disponibilizado em algum canal de comunicação do CRM-MG? Onde conseguimos a logomarca do CRM-MG para efeito de assinatura das peças da campanha.

Logomarca seguirá por e-mail para os que solicitarem.

**Pedido de Esclarecimento Nº 3:**

Prezados,

No tocante a estratégia de mídia e não-mídia constante no edital, o item " 3.1.1.1.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto no subitem 9.7 do termo de referência deste Edital." indica observarmos, ainda, o item 9.7. Ocorre que o edital não apresenta este item, terminando no item " 9.6.4.1. Se houver empate, será considerada como de menor preço a proposta que apresentar,sucessivamente: " e logo em seguida o item 10.

Peço que nos ajude no direcionamento correto para o nosso entendimento e desenvolvimento da mídia.

Em resposta ao questionamento, informamos que o item 9.7 encontra-se no Termo de Referência (página 49 do PDF).

Belo Horizonte, 02 de outubro de 2023.

Setor de Compras e Licitações.