



Conselho Regional de Medicina do Estado do Rio Grande do Sul

CREMERS

Av. Princesa Isabel, 921 - Caixa Postal 352 – CEP 90620-001 - Porto Alegre - RS
Fone 3219-7544 – www.cremers.org.br

NOTA DE ESCLARECIMENTO Nº 03

CONCORRÊNCIA N.º 01/2019

PROCESSO N.º 72/2019

OBJETO: Contratação de SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA prestados por intermédio de Agência de Publicidade e Propaganda.

A Comissão Permanente de Licitação do CREMERS, nomeada pela Portaria nº 39/2019, vigente a partir de 11 de fevereiro de 2019, no uso de suas atribuições legais, torna público:

As empresas interessadas em participarem da licitação em epígrafe apresentaram questionamentos tempestivos referentes ao certame, os quais foram encaminhados ao setor demandante para conhecimento e resposta:

Pergunta 01: *Em relação ao exemplo de peças e/ou materiais, são citados 'folder' e 'cartaz'. Ao mesmo tempo, não há informação a respeito da localização deste cartaz, nem mesmo para qual público o folder é destinado. Há alguma indicação por parte do CREMERS em relação a isso? Onde o cartaz ficará? Para qual público específico o folder será destinado?*

Resposta 01: Não há indicação de local. Conforme o item 3.2, do Anexo I- Briefing, o público alvo será médicos, estudantes de medicina, e sociedade em geral.

Pergunta 02: *Na resposta à pergunta nº 09 lançada por meio da Nota de Esclarecimento nº 01, há a seguinte informação:*

Poderá sim sugerir outros meios que julgue necessários a fim de alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo CREMERS, definidos no Briefing, porém dentro do texto previsto no item 11.3.2.

Contudo, na apresentação da Ideia Criativa, deverão constar tão somente os meios, instrumentos ou ferramentas previstos na alínea "a" do subitem 11.3.3, uma vez que apenas estes, e todos estes, são permitidos pelo item 11.3.4.1 a integrarem a simulação de plano de distribuição previsto na alínea "b" do item 11.3.4.

Pois bem. A partir dessa resposta, há uma certa confusão. Ao mesmo tempo em que há a possibilidade de sugerir outros meios para alcançar os resultados, na ideia criativa só deverão estar os meios previstos no subitem 11.3.3 e só esses estarão na simulação de plano. Ou seja, não seria a simulação de plano algo destoante do que a licitante efetivamente propôs? Por que sugerir outros meios se estes não irão compor o plano?



Conselho Regional de Medicina do Estado do Rio Grande do Sul C R E M E R S

Av. Princesa Isabel, 921 - Caixa Postal 352 – CEP 90620-001 - Porto Alegre - RS
Fone 3219-7544 – www.cremers.org.br

Não há uma incongruência nisso? Como saber se a empresa será julgada ou não no caso de sugerir outros meios?

Resposta 02: Serão julgados somente os meios, instrumentos ou ferramentas previstos na alínea "a" do subitem 11.3.3.

Pergunta 03: *Ainda levando isso em consideração. No Briefing da entidade, são ressaltados os recursos próprios de comunicação, e nos canais, temos 02 portais, 03 redes sociais e mailing. Para cada um deles os nomes das peças são diferentes: portal (Banners, Branded Content), Redes Sociais (Posts, socialads), Mailling (e-mail marketing, banner).*

Como respeitar 01 peça por meio na simulação do plano de mídia se nos recursos próprios estão listando 03 tipos de canais digitais (meio: internet) cujas peças diferem entre si?

Resposta 03: A licitante deverá escolher o canal que deseja apresentar.

Pergunta 04: *Referente o item 11.3.3.6:*

A. *“11.3.3.6. Não poderá ser apresentada defesa ou texto explicativo relativo às peças apresentadas. Com a redação desse item, entendemos que a Ideia Criativa será composta apenas dos exemplos de peças e/ou materiais corporificados, não sendo permitido texto referente à essas peças no Plano de Comunicação Publicitária, subquesto Ideia Criativa. Somente a indicação sucinta do que se refere a peça, na própria peça. Esta correto este entendimento?*

B. *Se sim, será permitida a inclusão de uma página no caderno simplesmente para identificar esse subquesto e separar os textos dos demais?*

Resposta 04: Não será aceita a inclusão de página de identificação. A peça deve ser identificada na sua página de forma sucinta.

Pergunta 05: *As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia (item 11.3.4) poderão ser impressos na orientação PAISAGEM?*

Resposta 05: Orientação retrato.

Pergunta 06: *Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea “a” do subitem 11.3.3 poderão ser impressos na orientação PAISAGEM?*

Resposta 06: Orientação retrato.

Pergunta 07: *O item 11.5.1 determina “A licitante apresentará Plano de Comunicação, elaborado com base no Briefing (Anexo I), tomando como referencial de investimento MÁXIMO o valor de R\$ 1.400.000,00 (um milhão e quatrocentos mil reais) para o ano exercício.”. Já o Anexo I- Briefing, para a mesma verba referencial de R\$ 1.400.000,00 (item 3.3), determina que o período da campanha deve ser de 60 dias (item 3.4). Pergunta: Qual o período deve ser considerado para a elaboração da campanha simulada? 60 dias?*

Resposta 07: Deve ser considerado 60 dias para a campanha.



Conselho Regional de Medicina do Estado do Rio Grande do Sul C R E M E R S

Av. Princesa Isabel, 921 - Caixa Postal 352 – CEP 90620-001 - Porto Alegre - RS
Fone 3219-7544 – www.cremers.org.br

Pergunta 08: *Em relação à nota de esclarecimento nº 02, pergunta 09, um participante questiona se será possível o uso de meios, instrumentos ou ferramentas além das listadas na ideia criativa, e esta Comissão respondeu que sim, que será permitido. Entretanto, conforme resposta, as sugestões extras devem ser listadas na estratégia de comunicação, e não na ideia criativa e na estratégia de mídia. Porém não tem coerência os concorrentes apresentarem ideias e ações além da relação prevista sem computarem os devidos custos. Ex.: conforme listagem das peças sugeridas é possível utilizar “outdoor”. Então, conforme resposta dada, os participantes poderão sugerir frontlight, backlight, bustop, busdoor, empena, entre outros exemplos de peças e meios sem apresentar os respectivos valores de investimento. É esta mesmo a intenção?*

Resposta 08: Idem resposta 02.

Reiteramos que a em observância ao artigo 3º da Lei 8.666 de 1993, a presente Concorrência Pública será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da **vinculação ao instrumento convocatório**, do **julgamento objetivo** e dos que lhes são correlatos. (*grifo nosso*)

Porto Alegre, 03 de junho de 2019.

Verônica Soares C. da Luz
Presidente CPL