



Esclarecimentos para empresa:

RAMAL PROPAGANDA.

Em atenção ao questionamento da empresa RAMAL PROPAGANDA, esclarecemos:

Questionamento 01

Pergunta 1:

Referência:

5– DO CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA PLANO DE COMUNICAÇÃO (ENVELOPES 1 e 2)

5.3. - Será vedada a aposição, ao invólucro e conteúdo destinado às informações da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, de qualquer marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação do seu proponente/autor antes ou depois da abertura do invólucro 01; ela deverá ser apresentada da seguinte forma, não podendo ultrapassar as 13 (treze) páginas previstas no Edital referentes aos seus **itens 5.1 I, II, III e IV:**

- em papel A4, 90 g, branco;
- com espaçamento de 2 cm nas margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda;
- sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- com textos justificados;
- com espaçamento “simples” entre linhas;
- com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos;
- com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito;
- sem grampo;
- sem identificação da licitante;
- sem utilização de cores de impressão, exceto as peças da Ideia Criativa.

Esclarecimento solicitado:

O espaçamento de 2 cm da parte inferior, é em relação ao corpo do texto ou quanto a numeração da página?

Resposta:

O espaçamento é para o texto.

A numeração da página segue conforme o editor de texto e ficará dentro da margem restante da lauda, ou seja, dentro dos 2cm a partir da borda.

Pergunta 02:



Referência:

5- DO CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA PLANO DE COMUNICAÇÃO (ENVELOPES 1 e 2)

5.1.1. O Plano de Comunicação Publicitária - via não identificada - consistirá de impressos em papel sulfite tamanho A4 (210 x 297mm), sob a forma de layout, roteiro, storyboard, tabelas e textos de tipologia Arial, tamanho 12, sem condensação e entrelinhamento simples, e será composta de quatro quesitos:

IV - Estratégia de mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ele sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos de no máximo 04 (quatro) páginas, permitida a inclusão de tabelas, gráficos, planilhas e quadro resumo que identificarão as peças sugeridas na Ideia Criativa a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, sem inclusão no limite máximo de páginas fixadas.

Esclarecimento solicitado:

As peças da estratégia de mídia estão limitadas as peças da idéia criativa?

Resposta:

A estratégia de mídia está restrita às 5 peças mencionadas na Estratégia de Comunicação e na Idéia Criativa. Deve-se observar o previsto no edital.

Pergunta 03:

Referência:

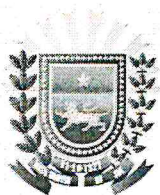
9- DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1.4.2. Conjunto de Informações (máximo de 30 (trinta) pontos no total) relativos a:

4 – Sistemática do relacionamento entre o Governo MS e a CONTRATADA	Nota de 0 a 4, sendo: 0 – não atende; 1 a 2 – atende; 3 a 4 – atende com excelência.	Adequação da sistemática/ operacionalidade proposta pelo licitante, em sua solução (viabilidade de implementação, efetividade dos meios e processos e demais formas que comprovem a capacidade de atendimento da empresa).
---	---	--

Esclarecimento solicitado:

Porque é utilizada a sistemática do relacionamento entre o Governo MS e a CONTRATADA Qual a participação do Governo de MS junto a CONTRATADA neste caso?



**ASSEMBLEIA
LEGISLATIVA**
MATO GROSSO DO SUL

Palácio Guaicurus
Avenida Desembargador José Nunes da Cunha
Jardim Veraneio – Parque dos Poderes – Bloco 09
Campo Grande / MS – CEP: 79.031-901
Tel.: (67)3389-6565 – CNPJ: 03.979.390/0001-81
www.al.ms.leg.br

Resposta:

Errata: **onde lê-se** “Governo do Estado”, **leia-se** “Assembleia Legislativa de Mato Grosso do Sul”

Campo Grande – MS, 10 de agosto 2021.

Sueli Castellani Viacek
Presidente da Comissão de Licitação Pública Permanente