



CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

- RESPOSTA A PEDIDO DE ESCLARECIMENTOS -

Concorrência nº: 2/2014

OBJETO: Contratação de uma Agência para prestação de serviços de publicidade.

EMPRESAS SOLICITANTES:

- RC Comunicação Ltda (Ruana Carvalhaes Pego)
- Perfil252 (Andrea Abjaud)
- Oriente Comunicação (Rodrigo Viana)

TRANSCRIÇÃO LITERAL DOS QUESTIONAMENTOS FEITOS PELA EMPRESA PERFIL252:

A) Como será a mecânica para o cidadão utilizar a ferramenta “Opine, Cidadão!”? O que o usuário do site da Câmara terá que fazer?

B) Como será a mecânica para o cidadão utilizar a ferramenta “Acompanhamento Virtual”? O que o usuário do site da Câmara terá que fazer?

C) Será necessário que o cidadão já tenha manifestado apoio ou rejeição a algum projeto, através da ferramenta “Opine, Cidadão!”, para poder se cadastrar no “Acompanhamento Virtual”? Ou o cadastro nestas duas ferramentas será independente?

RESPOSTAS AOS QUESTIONAMENTOS FEITOS PELA EMPRESA PERFIL252:

A) O sistema tecnológico propriamente dito está em fase de criação, pelo que as empresas interessadas em participar da licitação não deverão se preocupar especificamente com isso. Elas devem considerar que o sistema será simples, de fácil acesso e de atração visual singela. Portanto, elas deverão considerar, em suas simulações, a apresentação da ideia do projeto e o interesse cidadão em participar, sem se preocupar com a forma concreta de fazê-lo. Ou seja, se apresentar uma forma que não se compatibilize realmente com o sistema que vier a ser adotado, isso, especificamente, não será considerado na pontuação, mas apenas a maneira de se atrair a atenção e a participação dos cidadãos.

B) A resposta para esse item acompanha exata e identicamente o que se apresentou para o item "A".

C) Os instrumentos são inteiramente independentes. O que importa é a participação cidadão, nos termos em que o próprio cidadão quiser, sem um instrumento vincular o uso de outro. Por outro lado, a campanha deverá, sem falsear essa circunstância factual específica, estimular o uso de ambos os instrumentos e de tudo o mais que contiver no site da Câmara.



CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

TRANSCRIÇÃO LITERAL DOS QUESTIONAMENTOS FEITOS PELA EMPRESA RC COMUNICAÇÃO LTDA:

Em função do volume, a íntegra da solicitação de esclarecimentos da empresa Rcom encontra-se em anexo a esta resposta.

RESPOSTAS AOS QUESTIONAMENTOS FEITOS PELA EMPRESA RC COMUNICAÇÃO LTDA:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:

A) - Para os dois questionamentos, a resposta é a mesma: A empresa se vincula ao que está estabelecido no edital, tanto em relação às ações a serem propostas pela empresa, quanto em relação à forma de apresentação. A Câmara fixou no edital apenas os requisitos mínimos necessários para a apresentação da proposta técnica pela empresa. Se não há restrição no edital, é permitido.

Ideia Criativa:

A)- Os limites estão fixados no próprio II.1 da página 54:

"II.1- deverão ser apresentados no mínimo 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça, desde que, qualquer que seja a quantidade - respeitado o mínimo exigido - caibam todos em um só invólucro padrão fornecido pela CMBH;"(grifo nosso)

B) - Nos termos do edital, a ideia criativa apresentará a relação de todas as peças integrantes da campanha, enquanto que a estratégia de mídia e não mídia será constituída da simulação de plano de distribuição de todas as peças. Assim, não há como uma se desvincular da outra:

"Anexo III, 3.6 (...)

c)- Idéia Criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa da licitante aos desafios e metas por ela explicitados na Estratégia de Comunicação Publicitária, conforme se segue:

I- apresentará a relação de todas as peças integrantes da campanha, incluídas as eventuais reduções e variações de formato e as peças que eventualmente extrapolarem o limite previsto na subalínea "II.1" da alínea "II" seguinte; (grifo nosso)

II- apresentará exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação, conforme abaixo: (...)"

"d)- Estratégia de Mídia e Não Mídia, com todo o material contido em, no máximo, 30 (trinta) páginas, constituída de:

I- apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada neste Anexo, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

II- simulação de plano de distribuição de todas as peças ou material destinados a veiculação, exibição, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos: (...)(grifo nosso)"

C) - A Câmara fixou no edital apenas os requisitos mínimos necessários para a apresentação da proposta técnica pela empresa. Se não há restrição no edital, é permitido.

D) - Se não há exigência no edital de que as peças tenham tamanho real, restam apenas as demais exigências a serem observadas, inclusive as de que:



CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

"4.4 - Os exemplos de peças da Idéia Criativa, a que se referem as alíneas da letra "c" do subitem 3.6 do ANEXO III deste Edital, sem nenhuma identificação de sua autoria, **deverão ter formatos compatíveis com suas características** e adequarem-se ao tamanho do invólucro 1."

"II.1- deverão ser apresentados no mínimo 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça, desde que, qualquer que seja a quantidade - respeitado o mínimo exigido - **caibam todos em um só invólucro padrão fornecido pela CMBH; (...)**

II.3- só serão aceitos finalizados em caso de não mídia;(...)"

E) – O edital indica o que está incluído nas 8 páginas e o que não está incluído:

"Anexo III (...)

3.7)- Os textos pertinentes a Raciocínio Básico e a Estratégia de Comunicação Estratégica, componentes do Plano de Comunicação Publicitária, deverão ter, em conjunto, **até 8 (oito) páginas, ressalvado que não serão computados neste limite:**

I- a capa, a contracapa e as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos dos quesitos;

II- a página com a relação prevista na alínea "I" da letra "c" do subitem 3.6 deste Anexo;

III- os roteiros das peças de que trata a subalínea "II.2" da alínea "II" da letra "c" do subitem 3.6 deste Anexo;

IV- os textos, as tabelas, os gráficos e as planilhas referentes às alíneas "I" e "II" da letra "d" do subitem 3.6 deste Anexo, que terão o limite total próprio de 30 (trinta) páginas.

E determina o que compõe a ideia criativa:

"Anexo III, 3.6 (...)

c)- Idéia Criativa, **sob a forma de exemplos de peças publicitárias**, que corresponderão à resposta criativa da licitante aos desafios e metas por ela explicitados na Estratégia de Comunicação Publicitária, conforme se segue:

I- apresentará a relação de todas as peças integrantes da campanha, incluídas as eventuais reduções e variações de formato e as peças que eventualmente extrapolarem o limite previsto na subalínea "II.1" da alínea "II" seguinte;

II- apresentará exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação, conforme abaixo:

II.1- deverão ser apresentados no mínimo 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça, desde que, qualquer que seja a quantidade - respeitado o mínimo exigido - caibam todos em um só invólucro padrão fornecido pela CMBH;

II.2- podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout e story-board impressos, para qualquer peça, e de "monstro", para rádio e internet;

II.3- só serão aceitos finalizados em caso de não mídia;

II.4- devem possuir dimensões compatíveis com o invólucro 1 a ser fornecido pela CMBH;

II.5- deverão ser condicionados de forma a não marcar, de dentro para fora, o invólucro em que serão acondicionados;

F) – O "monstro" somente será admitido, em forma de filme, com respeito às peculiaridades de veiculação em internet, independentemente se tal formato possa ser ou não aproveitável em outra mídia.

Estratégia de Mídia e Não Mídia:

A) – O edital explicita o que deve estar contido nas 30 páginas:

"Anexo III, 3.6 (...)

d)- Estratégia de Mídia e Não Mídia, **com todo o material contido em, no máximo, 30 (trinta) páginas, constituída de:**

I- apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada neste Anexo, **sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;**

II- simulação de plano de distribuição de todas as peças ou material destinados a veiculação, exibição, exposição ou distribuição, **sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.** Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:



CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

E reitera:

"Anexo III (...)

*3.7)- Os textos pertinentes a Raciocínio Básico e a Estratégia de Comunicação Estratégica, componentes do Plano de Comunicação Publicitária, deverão ter, **em conjunto**, até 8 (oito) páginas, **ressalvado que não serão computados neste limite:** (...)*

*IV- **os textos, as tabelas, os gráficos e as planilhas referentes às alíneas "I" e "II" da letra "d" do subitem 3.6 deste Anexo, que terão o limite total próprio de 30 (trinta) páginas.***

B) – O edital não fixa regra para a apresentação das informações referentes a custos, ficando a cargo da empresa a responsabilidade pelos valores apresentados.

C) – A Câmara fixou no edital apenas os requisitos mínimos necessários para a apresentação da proposta técnica pela empresa. Se não há restrição no edital, é permitido.

D) – O edital dispõe sobre planilhas:

"Anexo III (...)

*6- Para os gráficos e planilhas inseridos nos textos da Proposta Técnica, serão aceitos fontes e tamanhos **compatíveis com aqueles dos softwares disponíveis.**"*

Se a folha A3 for a necessária para compatibilizar com o software disponível, será computada como uma página, já que não há regra que determine entendimento diverso deste.

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES:

Capacidade de Atendimento e 8.2.2 Investimento em Estrutura de Atendimento:

A) – A Câmara fixou no edital apenas os requisitos mínimos necessários para a apresentação da proposta técnica pela empresa. Se não há restrição no edital, é permitido.

Repertório:

A a F) – As exigências para o repertório são apenas as seguintes:

"Anexo III, 5.3, "b" (...)

I- conjunto de trabalhos realizados pela licitante - portfólio -, com as respectivas fichas técnicas, sendo os filmes apresentados em DVD's e os spots e jingles em CD's;

*II- poderão ser apresentadas até 15 (quinze) peças, **independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça.**"*

Ou seja, devem ser apresentadas peças, no máximo de 15, com as respectivas fichas técnicas.

Cases:

A e B) – O edital fixa para o relato de soluções de problemas de comunicação:

"Anexo III, 5.3 "c" (...)

Relatar sobre 2 (duas) campanhas de propaganda (...)

acompanhadas de 5 (cinco) peças cada e respectivas fichas técnicas;



CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

com apresentação do relato dos problemas que cada campanha se propôs a resolver e os resultados alcançados, em até 3 (três) páginas cada uma, referendadas com a assinatura do anunciante/cliente..."

Assim, a ficha técnica acompanha cada uma das peças.

Já a assinatura do anunciante/cliente refere-se ao relato dos problemas e do resultado alcançado que terão até 3 (três) páginas cada.

C a E) - O edital não fixou, para o Invólucro 3, formato de peças ou outra regra de formatação, ficando limitada ao disposto no subitem 5.3 "c" acima.

Experiência anterior:

A a D) – O edital não fixou, para os Atestados de Capacidade Técnica, formatação específica, tipo de papel, ou prazos de validade. Também não se restringe a experiência a clientes atuais.

"8.7.6.2 - Não se enquadram na exigência do subitem 8.7.6.1 deste Edital aqueles documentos que, pela sua própria natureza, não se sujeitam a prazo de validade, dentre os quais os atestados de capacidade técnica."

GERAL:

A) – Na própria página 4, o edital determina:

"3.1 (...) Invólucro 1 (...)

(...) Esta regra proibitiva não alcança eventual forma de acondicionamento de uma peça ou documento dentro apenas de outra peça, hipótese em que a licitante é livre para definir essa forma de acondicionamento, desde que ela não seja visível antes de se abrir a peça contenedora da outra."

B) - Quanto ao subitem 5.3, informamos que o que se pede "em todas as folhas" é a rubrica.

"5.3 - O Plano de Comunicação Publicitária - via identificada, deverá constituir-se de uma cópia da via não identificada do mesmo plano, porém, com:

- a identificação da licitante,*
- data,*
- rubrica em todas as folhas e*
- assinatura do representante legal da licitante na última folha."*

Também para o invólucro 3:

"6.3 - Os documentos acondicionados no invólucro 3 deverão ter:

- a identificação da licitante e*
- serem datados e*
- assinados na última folha pelo representante legal da licitante e*
- rubricado nas demais."*

C) - Credenciamento: Sim. A reunião é pública. Portanto, a única restrição é quanto à presença dos membros da subcomissão técnica que avaliarão as propostas, nos termos da lei.

BRIEFING:

A) – A campanha é destinada à participação social nas atividades da Câmara e as campanhas devem ser baseadas nas informações descritas no Briefing.

B) - O sistema tecnológico propriamente dito está em fase de criação, pelo que as empresas interessadas em participar da licitação não deverão se preocupar especificamente com isso. Elas



CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE

devem considerar que o sistema será simples, de fácil acesso e de atração visual singela. Portanto, elas deverão considerar, em suas simulações, a apresentação da ideia do projeto e o interesse cidadão em participar, sem se preocupar com a forma concreta de fazê-lo. Ou seja, se apresentar uma forma que não se compatibilize realmente com o sistema que vier a ser adotado, isso, especificamente, não será considerado na pontuação, mas apenas a maneira de se atrair a atenção e a participação dos cidadãos.

C) - A CMBH não possui uma logomarca, utilizando-se apenas do brasão oficial do Município em seus documentos públicos oficiais.

Portanto, o brasão, por se tratar de um símbolo oficial do Município, é de uso específico dele, para produtos públicos e oficiais.

Desta forma, a empresa não precisa inserir nada como logomarca, mas, se o quiser fazer, pode criar algo para substituí-lo, inclusive adotando como parâmetro inspirador símbolos constantes do site da CMBH ou da Prefeitura.

PÁGINA 12 do edital – subitem 8.4.2.1:

A) – Não serão aceitas certidões que comprovem regularidade para com apenas alguns tributos.

Se as certidões Federal, Estadual e Municipal atestarem regularidade PLENA ou regularidade para com os TRIBUTOS de maneira geral, sem especificar regularidade apenas para alguns específicos, as certidões atendem ao previsto no edital.

TRANSCRIÇÃO LITERAL DO PEDIDO FEITO PELA EMPRESA ORIENTE COMUNICAÇÃO:

A) Estamos participando do processo de licitação da Câmara Municipal de Belo Horizonte e precisamos do logotipo, em arquivo aberto ou em alta resolução, para desenvolver o layout das peças.

RESPOSTA AO PEDIDO FEITO PELA EMPRESA ORIENTE COMUNICAÇÃO:

A) A CMBH não possui um logotipo, utilizando-se apenas do brasão oficial do Município em seus documentos públicos oficiais.

Portanto, o brasão, por se tratar de um símbolo oficial do Município, é de uso específico dele, para produtos públicos e oficiais.

Desta forma, a empresa não precisa inserir nada como logotipo, mas, se o quiser fazer, pode criar algo para substituí-lo, inclusive adotando como parâmetro inspirador símbolos constantes do site da CMBH ou da Prefeitura.

Belo Horizonte, 10 de setembro de 2014.


MÁRCIA VENTURA MACHADO 260
Presidente da Comissão Permanente de Licitação

Zimbra

cpl@cmbh.mg.gov.br

RES: Câmara Municipal de Belo Horizonte - Concorrência Pública Nº 2/2014 | Solicitação de esclarecimentos _2**De :** Ruana Carvalhes Pego <ruana.pego@rccom.com.br>

Ter, 09 de Set de 2014 09:55

Assunto : RES: Câmara Municipal de Belo Horizonte - Concorrência Pública Nº 2/2014 | Solicitação de esclarecimentos _2**Para :** cpl@cmbh.mg.gov.br**Cc :** Kênia Daniela Ferreira <kenia.ferreira@rccom.com.br>

Belo Horizonte, 8 de setembro de 2014.

À
CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE - CMBH
AT.: Secretaria da Comissão Permanente de Licitação

Ref.: Concorrência n.º 002/2014 –

A RC Comunicação Ltda, CNPJ n.º 16.663.247/0001-28, situada a Rua Alvarenga Peixoto, 295, bairro Lourdes, na cidade de Belo Horizonte - MG, Fax n.º (31) 3036-5502, vem solicitar maiores esclarecimentos sobre os itens abaixo:

Página 12 do edital – subitem 8.4.2.1

*“Para atendimento do disposto nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem 8.4.2 deste Edital, não serão aceitas pela Comissão Permanente de Licitação certidões que comprovem a regularidade fiscal para com apenas **parte dos tributos** de competência de cada ente federado.”*

Pergunta-se:

- 1) Ao solicitarmos as certidões das Fazendas Federal, Estadual e Municipal, a única Fazenda que permite optar por modalidades de tributos é a Municipal (quitação plena PJ ou ISS ou IPTU ou ITBI). Neste caso, a exigência será para atendimento do disposto na alínea “d”, já que as outras certidões Federal e Estadual só há um modo de solicitação. Está correto nosso entendimento?
- 2) Em sendo correto, para comprovação de quitação para a Fazenda Municipal, basta apresentar a certidão de quitação plena? Ou teremos que apresentar todas aquelas emitidas pela Prefeitura de Belo Horizonte (ISSQN, IPTU e ITBI) ?

De: Ruana Carvalhes Pego**Enviada em:** quinta-feira, 4 de setembro de 2014 18:50**Para:** 'cpl@cmbh.mg.gov.br'**Cc:** Kênia Daniela Ferreira**Assunto:** Câmara Municipal de Belo Horizonte - Concorrência Pública Nº 2/2014 | Solicitação de esclarecimentos**Prioridade:** Alta

Solicitação de esclarecimentos
Câmara Municipal de Belo Horizonte
Concorrência Pública Nº 2/2014
Contratação de agência de publicidade e propaganda

Belo Horizonte, 04 de setembro de 2014

À Comissão Especial de Licitação

Seguem abaixo os questionamentos referentes ao edital da Concorrência Pública Nº 2/2014.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

- Para o exercício da campanha proposto pelo briefing contido no edital, é permitida a proposição de ações que envolvam as disciplinas de Relações Públicas, Promoção, Assessoria de Imprensa e Eventos?
- De acordo com a página 52, o Plano de Comunicação deverá seguir regras de formatação como, por exemplo, o espaçamento de 2 cm nas margens esquerda e direita, sem recuos, com textos justificados, com páginas numeradas a partir da primeira páginas, etc. No entanto, o edital não estabelece regras no que se refere às margens superior e inferior nem quanto ao número máximo de linhas por página. Podemos entender que estes dois itens ficam a cargo da própria licitante?

Ideia Criativa

- No que se refere aos exemplos de peças, o item II.1 da página 54 determina que "*deverão ser apresentados, no mínimo 10 (dez) independentemente do meio de divulgação*". Existe um limite máximo de peças que podem ser apresentadas?
- Poderão ser propostas peças na estratégia de mídia e não mídia além daquelas layoutadas na Ideia Criativa?
- As peças deverão ser apresentadas em pranchas?
- Os exemplos apresentados poderão conter peças fora de suas dimensões reais, ou seja, em versões reduzidas e/ ou ampliadas? Além disso, poderão ser apresentadas peças finalizadas e já montadas?
- Por fim, o limite de 8 páginas estabelecido na página 56 (item 3.7) não prevê páginas para a Ideia Criativa. Podemos entender que a Ideia Criativa será composta apenas pela listagem das peças e pelas pranchas, não havendo a necessidade de texto de defesa?
- Na descrição do conteúdo da Ideia Criativa, no item 3.6.c.II.1 na página 54 o edital cita "podem ser apresentados sob forma de roteiro, *layout* e *storyboard* impressos, para qualquer peça, e de "mostro", para rádio e internet." com isto pergunto: pode também ser apresentado em forma de monstro uma proposta de filme?

Estratégia de Mídia e Não Mídia

- De acordo com a página 55, todo o material referente à Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá estar contido em, no máximo, 30 páginas. Isso significa dizer que o texto de defesa, as tabelas e planilhas deverão estar dentro desse limite? Ou é possível, além dessas 30 páginas, a existência de anexos ao plano?
- Para os custos de veiculação, deveremos considerar a tabela dos veículos vigente na data de publicação deste edital? Se sim, qual a data oficial de publicação?
- As planilhas e quadros-resumo podem ser apresentados em cores?
- Para as planilhas, podemos utilizar a página na orientação horizontal? Se for necessário pelo tamanho da tabela, podemos usar na orientação horizontal no formato A3 dobrado, sendo seu formato final A4 como o restante do caderno? Se sim, nestes casos o A3 corresponde a uma ou duas páginas?

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

Capacidade de Atendimento e 8.2.2 Investimento em Estrutura de Atendimento

- É permitido incluir imagens, fotos, tabelas e organogramas? Se sim, elas podem ser apresentadas em cores?

Repertório

- As peças que compõe o portfólio deverão vir acompanhadas de ficha técnica e de um breve descritivo do problema de comunicação que se propuseram a resolver? Se sim, existe limitação do número de páginas para tal?
- As peças que integram o portfólio poderão ser apresentadas em pranchas anexas ou deverão integrar o caderno A4? Caso tenham que integrar no caderno A4, podemos usar na orientação horizontal um formato A3 dobrado, sendo seu formato final A4 como o restante do caderno? Se sim, nestes casos o A3 corresponde a uma ou duas páginas?
- As peças eletrônicas (VTs e peças de internet – sites, aplicativos) que integram o Portfólio poderão ser apresentados também em pranchas impressas?
- Os CD's, DVD's e ou pen drive poderão vir também em anexo? Ou deverão integrar o caderno do Conjunto de Informações?
- As páginas das peças apresentadas em anexo deverão ser numeradas?

- Pode-se apresentar os filmes e spots do repertório, além da versão em DVD conforme solicitado no edital, o *storyboard* e roteiro impressos na prancha?

Cases

- A ficha técnica de cada um dos cases faz parte do limite de 3 páginas estabelecido pelo edital?
- O edital deixa claro que o case deverá ser referendado pelo anunciante. As peças apresentadas também deverão estar referendadas?
- As peças que integram os cases poderão ser apresentadas em pranchas ou deverão integrar o caderno A4?
- Filmes (VT) e peças de internet (sites, aplicativos) também poderão ser apresentados em versão impressa (pranchas)?
- As páginas das peças apresentadas em anexo deverão ser numeradas?

Experiência anterior

- Os atestados de Capacidade Técnica tem objetivo de comprovar a capacitação da agência, com isto pergunto: pode-se utilizar atestados de ex-clientes?
- Os atestados deverão ser apresentados em papel timbrado da agência? Ou poderão seguir sua identidade padrão, impressos nos timbrados específicos de cada cliente?
- Esses atestados deverão seguir normas de formatação específica, como margens, fonte, espaçamento entre linhas, etc?
- Os atestados possuem prazo de validade? Se sim, qual a data limite de sua assinatura pelo cliente será aceita pela Comissão de Licitação?

GERAL

- No que se refere ao invólucro 1, a página 4 do edital indica que este não poderá conter "qualquer mecanismo estranho a ele. Isso significa dizer que as peças e os demais documentos nele contidos deverão estar soltos ou, no máximo, preso às paredes internas do invólucro com fita adesiva ou transparente". O que isso quer dizer? Caso apresentemos alguma peça em CD, por exemplo, esse CD deverá vir solto dentro do invólucro? Ou poderá ser apresentado em uma prancha como as demais peças?
- Na descrição do Invólucro 2, no item 5.3 da página 7, o edital cita "porém, com a identificação da licitante, data, rubrica em todas as folhas e assinatura do representante legal da licitante na última folha." Com isto pergunto: a data deve constar em todas as páginas ou apenas na última como a assinatura? Pode-se considerar a mesma resposta para o invólucro 3?
- Do Credenciamento, no item 10.4 da página 17, o edital cita "Apenas uma pessoa poderá ser credenciada para representar cada licitante...", com isto pergunto: é permitido ir mais de uma pessoa por licitante sendo que respeitado o credenciamento de apenas uma?

BRIEFING

§ O edital indica que a campanha é destinada para o cidadão belo-horizontino. Diante disso, perguntamos: deveremos contemplar o público interno da própria Câmara (vereadores, funcionários, etc) em nossos esforços de comunicação? Se sim, quais os canais próprios direcionados a esse público?

§ O briefing cita dois novos projetos da Câmara: o "Opine, Cidadão" e o "Acompanhamento Virtual". Como vão funcionar estes programas? Qual a plataforma: on-line, aplicativo, outro? Já existem telas para nos ajudar a entender o funcionamento destes programas?

§ Por fim, solicitamos a disponibilização da logomarca da CMBH juntamente com seu manual.