ESCLARECIMENTO 01 - CONCORRÊNCIA Nº 001/2023

Esclarecimento nº 01

Solicitamos o envio do manual da marca e logomarca do CAU/MG, pois somente foi disponibilizado a logomarca do CAU/BR.

Resposta 01

A logomarca, bem como o Manual de Utilização, pode ser encontrada através do link:

Logo CAUMG: https://bit.ly/logo-caumg

Esclarecimento nº 02

Entendemos que todas as campanhas deverão utilizar obrigatoriamente a logomarca do CAU/MG. Está correto o nosso entendimento?

Resposta 02

Correto.

Esclarecimento 03

No item 7.5 do briefing, menciona que:
"7.5 Execução
A campanha fictícia deverá respeitar o limite total de 10 (dez) peças e poderá ser apresentada sob a forma de roteiro, layout ou storyboard para qualquer meio; protótipo ou "monstro" para rádio ou internet; storyboard animado ou animatic para TV, cinema ou internet; "boneca" ou layout montado dos materiais de não mídia."

Entendemos que o limite de 10 (dez) peças se refere aos exemplos de peças que serão corporificadas na campanha. Contudo a campanha poderá possuir mais de 10 (dez) peças, sendo listadas como peças não corporificadas, de acordo com o item 12.3.3.2 do edital. Está correto o nosso entendimento?

Resposta 03

Correto. Conforme o disposto na alínea "b" do Item 12.3.3, a apresentação da proposta de campanha deve contemplar "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,

observadas as condições estabelecidas no subitem 12.3.3.3 deste Edital". A campanha poderá possuir mais de 10 peças, que, ainda que não sejam corporificadas, devem estar relacionadas e descritas, conforme a alínea "a" do referido Item.

Esclarecimento 04

No item 12.3.4.3 do edital, menciona que:
"12.3.4.3. Nessa simulação:
...
b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços, ***exceto*** *mídias sociais, plataformas de busca, mídia programática e outras adquiridas por leilão..."*

Já no item 7.5 do briefing, menciona que:
"7.5 Execução
...
*Não devem ser incluídos na estratégia de mídia desta simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços****. Dessa forma, não serão aceitos na simulação****: mídias sociais, plataformas de busca, mídia programática e outras adquiridas por leilão."*
O regramento previsto no item 12.3.4.3 do edital é divergente do regramento previsto no item 7.5 do briefing. Enquanto o edital permite o uso de *mídias sociais, plataformas de busca, mídia programática e outras adquiridas por leilão,* o briefing não permite.

Entendemos que prevalece o regramento do edital*, ou seja,* permitindo o uso de mídias sociais, plataformas de busca, mídia programática e outras adquiridas por leilão.
Está correto o nosso entendimento?

Resposta 04

Conforme artigo 5º da Lei nº 14.133/2021 (vinculação ao edital), prevalece o regramento do edital, ou seja, permitindo o uso de mídias sociais, plataformas de busca, mídia programática e outras adquiridas por leilão.