

Servimos-nos da presente para solicitar à esta Egrégia Comissão de Licitação esclarecimentos conforme abaixo:

- 1) Item 11.5 ao 11.10.3: No Repertório e nos Cases, as peças, sendo gráficas ou não, podem ser apresentadas em forma de layout ou devem ser peças finais em quaisquer casos?
  - 2) Item 11.5 ao 11.10.3: Os cases devem respeitar uma data limite de veiculação/exposição/distribuição ou não?
  - 3) Item 11.5 ap 11.03.10.3: No repertório e nos Cases podem ser apresentadas cujo cliente seja a SIC, o Governo de Goiás e os seus demais órgãos vinculados? Inclusive Saneago, Celg etc.?
  - 4) Item 14.4.3.1: É certo que existe um erro de digitação da alínea "e" que implica concluir que ela não existe e que seu texto pertence a alínea "d"?
  - 5) Anexo VII: A tabela de checagem do item "proposta técnica" determina que o plano de comunicação (formado por raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, idéia criativa e estratégia de mídia e não-mídia) é limitado a 25 (vinte e cinco) páginas, contrariando os itens 11.2.6 e 11.2.7 do edital que exclui da contagem todo o conteúdo da estratégia (inclusive os textos de defesa) de mídia e não-mídia. Nossa interpretação sobre os itens 12.2.6 e 12.2.7 está correta? Essa tabela do Anexo VII será corrigida antes de ser entregue aos jurados para evitar erros de julgamento?
- 6) Anexo I/Briefint: O "público alvo" é descrito como empreendedores/investidores/empresas "das demais" regiões do Brasil. Mas o item "praça" indica q devemos atingir "empreendedores, empresário e empresas sediadas na região sul e sudeste". Dúvidas: isso quer dizer que o público que devemos atingir com a campanha (ideia criativa) é de "empreendedores, empresário" das "demais" regiões do Brasil e "empresas sediadas na região sul e sudeste"? ou quer dizer que devemos atingir os "empreendedores, empresário da região sul e sudeste" e "empresas sediadas nas regiões sul e sudeste"? Ou quer dizer outra coisa?

**Resposta:**

**1) Os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento deverão ser apresentados na forma como está determinado no edital.**

**2) As limitações que os cases devem respeitar são só aquelas previstas no edital.**

**3) As limitações que o repertório e os cases devem respeitar são só aquelas previstas no edital.**

**4) As redações das alíneas "d" e "e" do item 14.4.3.1 devem ser lidas de forma contínua, assim:**

**d) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.**

**5) A regra para elaboração da proposta é aquela prevista no edital. Na Tabela do Anexo VIII é indicada resumida e exemplificativamente a formatação do formulário a ser utilizado pela subcomissão técnica, não pelas licitantes.**

**6) Conforme item 8 do Briefing - PRAÇAS: A Campanha Publicitária deve ser voltada para empreendedores, empresários e empresas sediadas na região sudeste e sul do País.**