

**PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS**

**CDJ PUBLICIDADE LTDA - CNPJ Nº 05.034.051/0001-58**

**1) QUESTIONAMENTO:** “Quanto a formatação do Plano de Comunicação, VIA NÃO IDENTIFICADA, o edital não fala o número máximo de páginas que devem ser apresentadas para o raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa e plano de mídia e não mídia.

APENSO II

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DETALHADAS

2.1.2.2 O Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada – deverá ser confeccionado e apresentado respeitando a seguinte forma:

- a) em papel A4, branco, com 75 g/m<sup>2</sup> a 90 g/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- b) com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- c) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- d) com textos justificados;
- e) com espaçamento ‘simples’ entre as linhas;
- f) com texto em fonte ‘arial’, estilo ‘normal’, cor ‘automático’, tamanho ‘12 pontos, observado o disposto nos subitens ‘g’, ‘h’ e ‘i’;
- g) com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- h) em caderno único, grampeado no canto superior esquerdo, sem identificação da licitante;
- i) As tabelas, planilhas e/ou gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia poderão ser editados em cores e utilizar fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, podendo ser apresentadas em papel A3 dobrado;
- j) será vedada a aposição a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes do cotejamento;
- k) não poderão ser utilizadas páginas em branco isoladas com a finalidade de separar o Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada e separar e identificar os seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia;
- l) O envelope padronizado fornecido pelo MPBA não poderá apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante, bem como estar danificado ou deformado pelas peças, material e demais documentos nele acondicionados, se tais defeitos possibilitarem a identificação da licitante;
- m) O envelope que contiver a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada - e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do envelope que contenha o Plano de Comunicação Publicitária – via identificada;
- n) Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno, contanto que se adequem às dimensões do envelope fornecido pelo MPBA.

Pergunta-se: É livre a quantidade de páginas a serem apresentadas para cada item?”

**RESPOSTA:** É livre o número de páginas para a elaboração do Plano de Comunicação, sendo recomendado às licitantes transmitirem clareza, simplicidade, objetividade e respeitarem as especificações técnicas constantes no Termo de Referência.

**OBS.1:** RESPOSTA SUBSIDIADA PELA ANÁLISE TÉCNICA DA CECOM/MPBA.

**OBS.2:** QUESTIONAMENTOS E RESPOSTAS SERÃO DISPONIBILIZADOS NO SITE DO MPBA.

**A COMISSÃO.**