



Conselho Regional de Medicina Veterinária do Estado do Rio Grande do Sul

Esclarecimento nº 2 ao Edital de Concorrência nº 01/2025

Em atenção ao Pedido de Esclarecimento nº 02 referente ao Edital de Concorrência nº 01/2025, recebido por meio eletrônico, através do endereço publicidade@crmvr.rs.gov.br, em 14 de agosto de 2025, às 10:51, nos termos da Cláusula 5 do Edital – INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL, seguem as informações:

Questionamento 2)

1. Qual o formato do envelope padronizado da via não identificada, que será fornecido?

Resposta: Conforme Edital, o envelope deverá ser retirado na Sede do Conselho.

2. Sobre a duração da campanha (item 11.3.4.2, alínea “a”): o edital determina que ela terá duração de 60 dias. Está correto o entendimento de que essa orientação se refere a 60 dias consecutivos? Ou seja, NÃO será permitida uma campanha que preveja veiculação, por exemplo, em 20 dias de janeiro, 20 dias de maio e 20 dias de setembro?

Resposta: Não está correto. São 60 dias com a melhor técnica de cada participante.

3. Caso o entendimento acima esteja correto (a campanha deve prever 60 dias consecutivos), a orientação que consta no briefing sobre “pontuar datas especiais”, como Dia do Zootecnista (13 de maio) e Dia do Médico Veterinário (9 de setembro) se torna inviável, pela distância de tempo entre as datas citadas. Está correto o entendimento de que as datas mencionadas são apenas referência e que não precisam obrigatoriamente fazer parte da campanha?

Resposta: A escolha da estratégia é de cada empresa. Apresentamos as datas importantes.

4. Sobre a lista de peças obrigatórias (item 11.3.3, alínea “a”): o referido item determina a apresentação de 10 (dez) peças, com a seguinte redação: “limitado a 10 peças, sendo somente 01 (uma) peça para cada 01 (um) dos seguintes meios: Jornal, Cartaz, Folder, Rádio, Internet, TV, Outdoor, Vídeo Youtube ou TikTok, Spot, Busdoor”. Contudo, observamos inconsistências na orientação e na relação apresentada, uma vez que ela mistura os conceitos de meio e peça. Exemplos:

- a. A listagem simultânea de “Rádio” e “Spot”, sendo o spot uma forma de conteúdo do meio rádio;
- b. Citar “Outdoor” e “Busdoor”, ambos na verdade pertencentes ao meio mídia exterior. Ou seja, duas peças do mesmo meio;
- c. A separação entre “Internet” (meio) e “Vídeo Youtube ou TikTok”, sendo essas plataformas parte do meio internet.

Resposta: É correto informar que a peça spot compõe as dez (10) peças e é de livre criação, devendo ser criada ainda outra peça de livre escolha para o meio rádio, assim como, da mesma forma, cada rede tem a sua linguagem apropriada, por este motivo



Conselho Regional de Medicina Veterinária do Estado do Rio Grande do Sul

solicitamos estas Redes Sociais específicas mantendo os meios “Vídeo Youtube ou Tiktok”. No item Internet é de livre escolha qual o meio de internet poderá ser utilizado. Ficam mantidas as 10 peças publicitárias.

Dessa forma, solicitamos esclarecimento objetivo e vinculante sobre os seguintes pontos:

- a) Haverá correção oficial dessa relação, via retificação ou esclarecimento, de forma a eliminar as duplicidades e erros conceituais?

Resposta: Não há correções a serem feitas.

- b) Em caso de negativa, podemos entender que será exigido: - Um material de áudio para “Rádio”, que pode ser outro formato além de spot, mais um material que deve obrigatoriamente ser um spot?

Resposta: Deve ter uma peça spot.

- Duas peças obrigatórias de Mídia Exterior, sendo uma exclusivamente para Outdoor e outra exclusivamente para Busdoor, sem possibilidade de substituição por outro formato da mesma categoria?

Resposta: Conforme o Edital.

- Um vídeo obrigatório para Youtube ou TikTok (como um “meio” digital específico), além de outra peça distinta para o item “Internet”, cuja definição de canal e formato será de responsabilidade da agência?

Resposta: Exatamente.

- c) Como será tratada a repetição de peças em um meio, uma vez que, conforme a relação mencionada, isso será necessário?

Resposta: Conforme o Edital, serão julgados normalmente.

5. Não foi identificado no edital um direcionamento sobre a aplicação da marca oficial da Prefeitura nas peças. Há alguma diretriz específica a ser seguida? Será disponibilizado um Manual de Identidade Visual para consulta?

Resposta: Não encontraram porque não somos uma Prefeitura.

6. O item 11.2.4 indica que os “exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados no caderno específico”. Ao mesmo tempo, os itens 11.3.3.4 e 11.3.3.5 informam que as peças podem ser impressas em tamanho real ou reduzido, terem suporte ou passe-partout e também dobradas. Essas possibilidades de apresentação não condizem com a obrigatoriedade de que as peças sejam encadernadas. Por exemplo: como se poderá encadernar peças com suporte? Assim, questionamos:

- a) Está correta a orientação sobre as peças deverem ser encadernadas?

Resposta: Não.



Conselho Regional de Medicina Veterinária do Estado do Rio Grande do Sul

b) Está correta a orientação sobre a possibilidade de uso de suporte?

Resposta: Sigam o Edital.

c) Está correta a orientação sobre a possibilidade de dobrar as peças?

Resposta: Sigam o Edital.

d) Está correta a orientação sobre a possibilidade de se apresentar as peças em tamanho real ou reduzido?

7. Ainda sobre a apresentação das peças: será permitido que as peças sejam apresentadas em papel com gramatura diferente de 90g, para uma melhor visualização das propostas?

Resposta: Sigam o Edital.

8. Está correto o entendimento de que toda a campanha, incluindo a estratégia de mídia e não mídia, está restrita às 10 peças apresentadas na Ideia Criativa? Ou seja, NÃO SERÁ PERMITIDO prever outras peças para a estratégia, mesmo que não sejam exemplificadas?

Resposta: Sigam o Edital.

9. O texto da Estratégia de Mídia e Não Mídia também deverá ter 25 linhas, conforme Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária?

Resposta: Sigam o Edital.

10. Que data deve ser considerada para a vigência das tabelas dos preços dos veículos de mídia?

Resposta: O ano vigente.

11. O item 11.2.3.1 traz algumas orientações referentes à apresentação das tabelas, planilhas e gráficos da Estratégia de Mídia e Não Mídia. Sobre essas definições, questionamos: a) Podemos considerar qualquer orientação de margem, não sendo necessário seguir as margens do restante do caderno? b) Será permitida apresentação desses anexos na orientação paisagem? c) Será permitida a utilização de cores?

Resposta: Sigam as orientações do Edital.

12. O item 11.2.8 informa que são considerados como Não Mídia somente os meios off-line. Entretanto, peças para o digital que não envolvam compra de espaço são usualmente consideradas Não Mídia, como banners em sites de propriedade do órgão ou publicações orgânicas em redes sociais, sem qualquer forma de patrocínio ou impulsionamento. Assim, questionamos: está correta a orientação de que as peças de Não Mídia devem se restringir ao off-line? Ou seja, não serão permitidas publicações orgânicas ou sem investimento na internet?

Resposta: Sigam o Edital.



Conselho Regional de Medicina Veterinária do Estado do Rio Grande do Sul

Este esclarecimento será divulgado conforme abaixo:

Link de acesso ao sítio oficial:

<https://www.crmvrs.gov.br/transparencia/concorrencias.php>

Endereço da Sede da Autarquia para retirada presencial:

Rua Ramiro Barcelos, nº 1793, sala 201, Bairro Bom Fim, Porto Alegre/RS, CEP 90035-006. Horário de atendimento das 9:00h às 16:00 sem fechar ao meio dia.

Porto Alegre, 18 de agosto de 2025.

Comissão de Licitação
CRMV-RS