

## Andreza Bitarães - CRCMG

---

**De:** Maria Oliveira - CRCMG <maria.oliveira@crcmg.org.br> em nome de Maria Oliveira - CRCMG  
**Enviado em:** quinta-feira, 22 de dezembro de 2022 14:39  
**Para:** licitacao@lumecomunicacao.com  
**Cc:** licitacao@crcmg.org.br  
**Assunto:** RES: Esclarecimento concorrência Tomada de preço 001/2022

Prezada Marina Rosa,

Quanto à primeira pergunta, segue a resposta:

Considerando a natureza do Conselho, como entidade autárquica, as contratações de redes sociais deverão ter caráter uniforme, com valores, alcance e frequência previsíveis. Dessa forma, a simulação poderá contemplar mídias digitais e redes sociais, porém, a contratação NÃO poderá ser realizada na forma de leilão.

Já no que tange à segunda pergunta, abaixo o retorno:

A divulgação nas rádios NÃO deve ser considerada como recurso próprio de comunicação, uma vez que terá suas despesas custeadas com os recursos previstos no contrato.

Atenciosamente,



**Maria Christina de Oliveira**  
Advogada – ASJUR  
Conselho Regional de Contabilidade de Minas Gerais  
Tel.: (31) 3269 - 8479 / [www.crcmg.org.br](http://www.crcmg.org.br)



---

[Atualize o seu cadastro](#)

[Receba todas as novidades do CRCMG](#)

---

**De:** Licitação <[licitacao@lumecomunicacao.com](mailto:licitacao@lumecomunicacao.com)>  
**Enviada em:** quarta-feira, 21 de dezembro de 2022 13:58  
**Para:** [licitacao@crcmg.org.br](mailto:licitacao@crcmg.org.br); Christiane Campos <[midia2@lumecomunicacao.com](mailto:midia2@lumecomunicacao.com)>  
**Assunto:** Esclarecimento concorrência Tomada de preço 001/2022  
**Prioridade:** Alta

Boa tarde prezados (as),

Seguem esclarecimentos da concorrência acima (contratação de Agência de Publicidade)

Pergunta 01:

No item 8.2.4.3. Na simulação de Estratégia de Mídia e não Mídia:

*b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;*

**Pergunta:** Podemos propor mídias digitais e redes sociais que trabalham com base no leilão?  
Exemplo: Facebook, Google, YouTube, Instagram, Twitter, LinkedIn, Tik Tok, etc?

Pergunta 2:

Anexo I briefing cita como recurso próprio:

*f) Painel Contábil: Programa jornalístico semanal de rádio com um minuto de duração. O conteúdo (texto) é produzido pela Assessoria de Comunicação do CRCMG (Ascom) e a gravação ocorre em estúdio contratado;*

**Pergunta:** Podemos utilizar o espaço das rádios dentro do plano de mídia como recurso próprio de comunicação? Ou seja, incluir as rádios citadas no briefing, porém sem custo de mídia?

Agradecemos desde já, obrigada,

Att.



**Marina Rosa**

Coordenadora de Licitações

31 2517 5257 | 31 9 9900 7460

**[lumecomunicacao.com](http://lumecomunicacao.com)**