

RESPOSTA AO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO

Solicitante: GENIUS

Considerando os questionamentos realizados apresentamos as seguintes respostas:

PERGUNTA:

1 – No item 2.1 do edital diz: “No dia, hora e local designados no preâmbulo deste Edital, a Comissão receberá os envelopes exigidos para o certame, todos em envelopes distintos, fechados e lacrados, contendo na parte externa seguinte identificação:

**PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SORRISO
ENVELOPE N.º 02 – PLANO DE COMUNICAÇÃO - IDENTIFICADO
CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 002/2021
RECEBIMENTO: ATÉ ÀS 08h00min – DO DIA 19/05/2021
ABERTURA: ATÉ ÀS 08h00min – DO DIA 19/05/2021**

E assim para os demais envelopes. Já no item 3.2.1 indica como as licitantes entregarão as propostas dos 4 envelopes:

**3.2.1.2. Envelope “2” - Plano de Comunicação – Identificado – Item 6.3
Razão Social da Licitante
Concorrência Pública nº.
Contratação de serviços de agência de publicidade para Prefeitura Municipal de Sorriso.**

Pergunta: na parte externa dos envelopes deverão conter as 2 etiquetas conforme descrito acima?

Resposta: Não é necessário constar as duas etiquetas, recomenda-se a forma apresentada no item 2.1, o disposto no 3.2.1 não refere-se a etiqueta ou como deve ser apresentado o envelope, apenas menciona quais são os envelopes a serem apresentados.

2 – No item 7.3 apresenta os itens que deverão constar no envelope 4 – Proposta de Preços:

- a) Desconto a ser concedido à Prefeitura Municipal de Sorriso sobre os custos internos, baseado na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso – SINAPRO-MT;
- b) Declaração concordando com os percentuais legais sobre remuneração da agência, no tocante ao especificado nas alíneas "b", "c" e "d" do item 7.2.1;
- c) Declaração concordando, expressamente, que os preços não previstos na Tabela Referencial de Preços do SINAPRO-MT, serão pagos conforme estabelecido no subitem 7.1.2 deste edital;

- d) Declaração de que se compromete a transferir para a contratante toda e qualquer vantagem obtida nas negociações de preços e/ou condições de pagamento junto a veículos e fornecedores;
- e) Declaração de que se compromete a estabelecer negociação dos preços, com vistas à obtenção da máxima vantagem, a ser transferida para a contratante, com referência a:

- * Cachê de atores e modelos na reutilização de peças publicitárias;
- * Custos de serviços especiais, tais como, pesquisas de mercado e de opinião, promoção, registro de marcas e expressões de publicidade, de comunicação social e outros serviços necessários para a prestação dos serviços;
- * Valor originário de direitos autorais de obras consagradas, incorporadas a peças, a ser pago pela contratante na reutilização das peças;

f) Declaração constando a validade mínima da proposta de preços e de que aceita renovações sucessivas, por igual período, nos termos do subitem 7.5.

7.4. Deverão ser observados todos os requisitos estabelecidos para a formulação da Proposta de Preços.

7.5. Validade da proposta não poderá ser inferior a 60 (sessenta) dias, contados da data limite estabelecida para sua apresentação, que será considerada sucessiva e automaticamente renovada, por igual período, até a conclusão do processo licitatório e convocação da licitante vencedora para assinatura do contrato. As licitantes que não concordarem com a manutenção das propostas na data da assinatura do contrato serão inabilitadas.

7.6. Declaração de que a empresa licitante possui condições operacionais de realizar atendimento pleno a Prefeitura Municipal de Sorriso - MT, dispondo dos seguintes serviços: atendimento, planejamento, execução, criação, gerenciamento operacional e administração.

Pergunta: As declarações descritas acima não constam no anexo IV. Devemos incluí-las no mesmo arquivo do Anexo IV?

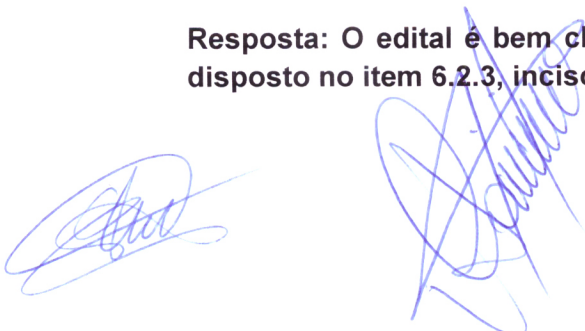
Resposta: Fica a critério da empresa, podendo inclui-las no anexo modelo do Anexo IV ou apresentar declaração independente formalizada em modelo próprio.

3 - No briefing temos a seguinte informação:

Os exemplos de peças podem ser apresentados sob a forma de roteiro de TV, layout, storyboard impresso, ou “monstro” de peça de internet, de peça de rádio ou roteiro para rádio, limitados a uma peça para cada meio convencional ou não convencional, de veiculação tradicional proposto pela licitante (grifo nosso).

Pergunta: É permitido a apresentação dos materiais de TV e peça de rádio através de storyboard animado e/ou monstro?

Resposta: O edital é bem claro sobre o presente questionamento, vejamos o disposto no item 6.2.3, inciso III, alínea “b”:



6.2.3. PLANO DE COMUNICAÇÃO desenvolvido pela Licitante com base no Anexo I deste Edital – *Briefing*, que deverá compreender os seguintes quesitos:
III - Ideia criativa:

b) Como parte do quesito Ideia Criativa, a Licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de 05 (cinco) peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem de que trata a alínea anterior. Os exemplos de peças podem ser apresentados sob a forma de roteiro de TV, *layout*, *story-board* impresso, ou “monstro” de peça de internet, de peça de rádio ou roteiro para rádio, limitados a uma peça para cada meio convencional ou não convencional, de veiculação tradicional proposto pela licitante;

Pergunta: As demais peças podem ser apresentadas corporificadas e impressas sobre suporte definido pela agência, como prancha rígida por exemplo?

Resposta: Não, deve ser padrão para todos os interessados/licitantes

Pergunta: Podemos montar bonecos das peças impressas a serem apresentadas?

Resposta: Sim, desde que entenda-se que o “boneco” seja o modelo/projeto.

4 - No briefing temos a seguinte informação:

Para efeito de avaliação, será apresentada 01(uma) peça por meio de comunicação. Serão julgados única e exclusivamente, mídia eletrônica e imprensa, mídia exterior, internet, mídias sociais e peças promocionais (grifo nosso).

Pergunta: Se forem criadas uma peça de outdoor e outra de mobiliário urbano, serão consideradas ambas as peças de mídia exterior?

Resposta: Sim, a empresa deve se atentar que serão analisadas as cinco primeiras peças apresentadas, conforme dispõe o item 6.2.3, III, b do edital.

Pergunta: Peças de não mídia serão aceitas?

Resposta o edital é claro das peças que podem ser apresentadas, conforme item 6.2.3, III, b, vejamos:

b) Como parte do quesito Ideia Criativa, a Licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de 05 (cinco) peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem de que trata a alínea anterior. Os exemplos de peças podem ser apresentados sob a forma de roteiro de TV, *layout*, *story-board* impresso, ou “monstro” de peça de internet, de peça de rádio ou roteiro para rádio, limitados a uma peça para cada meio convencional ou não convencional, de veiculação tradicional proposto pela licitante;

Pergunta: A palavra “imprensa” está correta ou devemos entender “impressa”?

Resposta: Impressa, ocorreu um erro de digitação.

5 - No edital temos as seguintes informações:

b) Como parte do quesito Ideia Criativa, a Licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de 05 (cinco) peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem de que trata a alínea anterior (grifo nosso).

Pergunta: O total de peças apresentadas corporificadas serão 5?

Resposta: Fica a critério o número de peças, entretanto somente serão analisados as cinco primeiras apresentadas na documentação.

Pergunta: Na estratégia de mídia, escrita e não corporificada, é permitido exceder o limite de 5 peças?

Resposta: O Edital é claro neste quesito, vejamos o item: 6.2.4, IV, b.

b) Simulação de plano de distribuição das peças da campanha publicitária, mencionada na alínea “b” do quesito Ideia Criativa, acompanhada de texto de até 02 (duas) laudas com a explicitação das propostas adotadas, valores de produção e de veiculação e mais suas justificativas. Ou seja, deve ser padrão para todos.

6 - No edital temos as seguintes informações:

3.10. O conteúdo dos envelopes deverá ser apresentado em 01 (uma) única via, com todas as folhas legíveis e numeradas sequencialmente, rubricadas, não sendo permitidas emendas, rasuras, entrelinhas ou ressalvas, com exceção para o conteúdo do envelope “1”, que além de tais exigências, seu conteúdo deve ser elaborado da seguinte forma:

- Em papel A4, branco 75g/m²;
- Com textos justificados;
- Com texto em fonte “Arial”, preta, tamanho 12 pontos, espaçamento simples.
- Com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos tamanho 8, no canto inferior direito da página;
- **apresentado com folhas soltas, sem qualquer item que possa identificar sua proposta, exemplos: grampos, clips, presilhas, perfurados, encadernados; (grifo nosso)**

Pergunta: Para não haver rasuras ou danos, pode-se apresentar as folhas acomodadas dentro de um envelope pardo não identificado?

Resposta: Se atentar para o item 2.1.1. com relação ao envelope 01.

2.1.1. O Envelope 1 - Plano de Comunicação – Sem identificação – Item 6.2, deverá ser entregue juntamente com os demais acima mencionado, entretanto, não poderá conter qualquer marca, sinal ou identificação externa ou interna em seu conteúdo, devendo ser entregue o envelope disponibilizado pela Prefeitura Municipal de Sorriso.

7 - No briefing temos as seguintes informações:

Para efeito de avaliação, será apresentada 01 (uma) peça por meio de comunicação. Serão julgados única e exclusivamente, mídia eletrônica e impressa, mídia exterior, internet, mídias sociais e peças promocionais

Pergunta: No caso de redução da peça, por exemplo roteiro 60" com redução para 30", neste caso será contabilizado como duas peças?

Resposta: Só pode ser apresentado 01 peça por tipo, caso apresentado 02 peças de roteiro 30", serão analisadas apenas a primeira apresentada.

8 – No Anexo I - Briefing prevê a utilização de novos veículos locais e regionais que efetivamente atinjam o público alvo da campanha.

Pergunta: além dos veículos do município de Sorriso, podemos sugerir outros municípios da região desde que atendam a verba do briefing?

Resposta: Fica a critério da empresa.

9 – No Item 6 IV Estratégia de mídia e não mídia do edital diz:

a) Texto com até 02 (duas) laudas em que, de acordo com as informações do briefing, demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha. Será permitida a inclusão de tabelas, gráficos, pesquisas, em tons cinza, que não serão computadas no total de laudas mencionado no Plano de Comunicação;

a.1) O texto de 02 laudas está relacionado a explicitação das propostas adotadas para atingir os públicos da campanha. Qualquer documento anexado não conta no limite de 02 (duas) laudas.

b) Simulação de plano de distribuição das peças da campanha publicitária, mencionada na alínea "b" do quesito Ideia Criativa, acompanhada de texto de até 02 (duas) laudas com a explicitação das propostas adotadas, valores de produção e de veiculação e mais suas justificativas.

I - Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- 1) o período de distribuição das peças e ou material;**
- 2) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;**
- 3) os valores dos investimentos alocados na distribuição em veículos de divulgação, separadamente por meios (exemplos: radiofônicos, televisivos, jornais impressos, sites e assim por diante);**
- 4) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;**
- 5) os valores alocados de criação de cada peça e ou material de não mídia;**
- 6) os valores alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia.**

II - Nessa simulação:

- 1) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;**
- 2) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº. 4.680/1965;**

3) devem ser desconsiderados os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

Pergunta: os tons de cinza deverão ser aplicados apenas para os gráficos, planilhas, pesquisas, tabelas que pertencem aos anexos? ou também para os gráficos, planilhas e pesquisas que estiverem dentro das 2 laudas se referindo a explicitação e demonstração da capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha?

Resposta: O edital é claro sobre o assunto, não podendo ter informações que possam identificar a empresa, assim não recomenda-se a adoção de gráficos e planilhas de forma colorida, pois a comissão irá analisar se a informação pode identificar ou não, se possibilitar a identificação a proposta pode ser desclassificada.

10 – No item 6 IV alínea II diz:

Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

Pergunta: No caso de Facebook, Instagram, Google, Youtube, entre outros, que são mídias digitais e não possuem uma tabela de preço. Podemos montar uma estratégia com investimento de impulsionamento nas redes sociais desde que atendam a verba determinada no briefing?

Resposta: Sim, devendo seguir uma estratégia de alcance de um raio máximo de até 500km.

Caso não, o impulsionamento será orgânico?

Resposta: Remete-se a resposta anterior

11 – Os esclarecimentos e respostas de todas as participantes que houve, serão publicados no site da Prefeitura, link a seguir: <https://site.sorriso.mt.gov.br/transparencia/i/13453/concorrenca-publica> e enviado no e-mail das participantes?

Resposta: Será enviado no email da empresa solicitante e disponibilizado no site para as demais terem acesso.

Estes são os esclarecimentos. Registramos que todas as respostas foram analisadas e repassadas pelo Departamento de Cerimonial do qual faz parte a Comunicação.

Prefeitura Municipal de Sorriso – MT
Departamento de Licitação e Contratos.

