

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL, ADMINISTRAÇÃO
REGIONAL NO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE – SENAC-AR/RN

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Concorrência nº 009/2015

Processo nº 297/2015

Objeto: Prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar os públicos-alvo dos CONTRATANTES.

PEDIDOS DE ESCLARECIMENTO

Informamos que a Comissão de Licitação recebeu alguns pedidos de esclarecimento acerca do processo em referência. Assim, segue teor dos questionamentos e respostas formulados pelos interessados e respondidos pela Comissão de Licitação e Área Técnica:

ESCLARECIMENTO Nº 01:

Sobre a padronização do Plano de Comunicação Publicitária (item 9.4.4), não foram informados o padrão a ser seguido para alinhamento (à esquerda, justificado); a possibilidade ou não de o texto conter entretítulos, caso necessário; e a proibição ou não de utilização de formatação em "caixa alta" (maiúscula).

RESPOSTA: Para padronização do Plano de Comunicação Publicitária, item 9.4.4, os Textos deverão ter alinhamento justificado, sendo possível conter entretítulos, caso necessário, com espaço duplo entretítulos, vedado o uso de CAIXA ALTA.

ESCLARECIMENTO Nº 02:

A respeito da Ideia Criativa (item 9.4.5), todas as peças integrantes da simulação de campanha deverão ser obrigatoriamente apresentadas na ideia criativa, ou uma ou mais peças podem ser relacionadas na estratégia de mídia e não serem apresentadas fisicamente, desde que sejam respeitados os limites constantes no Briefing para quantidade e meios obrigatórios, sem penalidade para o licitante?

RESPOSTA: Todas as peças deverão ser apresentadas na Ideia Criativa.

ESCLARECIMENTO Nº 03:

Na página 11 do edital, item 9.7.4, versa sobre os Relatos de Soluções de Problemas de comunicação. O texto informa: (...) sob forma de texto descritivo, sem limite de páginas, a licitante deverá apresentar no máximo 02 (dois) cases stories, de problemas (...)

resultados alcançados do seu portfólio de clientes, limitados ao total de 2 (duas) páginas.
(...) Pergunta: Os cases terão limite de páginas? Se sim, quantas?

RESPOSTA: Sim, limitado a 2 (duas) páginas.

ESCLARECIMENTO N° 04:

Item 9.5.1: Na simulação de utilização da verba (R\$ 500.000,00) vamos considerar tabelas cheias dos veículos de comunicação, com desconto de 20%, honorários dos fornecedores com 15% e custos internos de acordo com tabela do SINAPRO - RN e desconto mínimo de 15%? ou utilizaremos esta verba apenas para os veículos de comunicação com tabela cheia?

RESPOSTA: O valor deverá ser considerado o de tabela cheia para honorários e custos internos.

ESCLARECIMENTO N° 05:

Item 9.8 – Informa que o “envólucro” 3 não pode ter identificação? Considerar errado? (sic)

RESPOSTA: Os documentos que deverão ser entregues no Invólucro “3” não poderão conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada (Invólucro “1”) ou que permita a identificação da autoria de tal Plano antes da abertura do Invólucro “2”.

ESCLARECIMENTO N° 06:

Item 10.4.2 – Considerar percentual “mínimo” de 15%? (sic)

RESPOSTA: Não será admitido percentual de desconto inferior à 15% (quinze por cento).

ESCLARECIMENTO N° 07:

Item 9.3.3 - A identificação nos invólucros 2,3,4 e 5 com informação dos itens neles acondicionados e também o nome das contratantes (SESC/SENAC-RN). (sic)

RESPOSTA: Não foi possível a Comissão de Licitação sobre o que se fundou o questionamento do Licitante. Porém, por suposição, informamos que a identificação dos invólucros 2, 3, 4 e 5 deverá se dar conforme itens 9.3.3, 9.7.1, 10.2 e 13.2, respectivamente.

ESCLARECIMENTO N° 08:

Item 9.4.5. Ideia Criativa - Este item descreve a forma de entrega dos materiais relativos à mídia em TV, rádio, internet, jornal impresso. Entretanto, não está indicada a forma de entrega do material impresso diferenciado, conforme consta no briefing (item peças da campanha). Pergunta: O material impresso poderá ser apresentado de acordo com

o formato sugerido no layout? Em que tipo de papel? Pode ser conforme sugere a ideia criativa (couchê ou outro papel especial)?

RESPOSTA: As peças deverão ser apresentadas exatamente conforme disposto em Edital, item 9.4.5. Se o Edital não permitir a apresentação em papel couchê ou outro papel especial e estas forem apresentadas pelo Licitante, a Empresa será desclassificada.

ESCLARECIMENTO N° 09:

O item 9.5.2 do edital afirma que “na simulação, devem ser desconsiderados os custos internos”, enquanto o anexo II (briefing), na página 60, onde se trata da verba, afirma-se que “o valor do custo interno da agência deverá ser o fixado pela tabela do SINAPRO”. Pergunta: os custos internos da agência deverão ser desconsiderados ou não?

RESPOSTA: Os custos internos e honorários deverão ser considerados tabela cheia.

ESCLARECIMENTO N° 10:

No item 9.7.4, que trata dos Relatos de Problemas de Comunicação, afirma-se, no início do parágrafo, que serão apresentados "sem limite de páginas", ao passo que no final do mesmo parágrafo define-se os mesmos textos como "limitados ao total de 2 (duas) páginas". Pergunta: haverá limite de páginas?

RESPOSTA: Limitado a 2 (duas) páginas.

ESCLARECIMENTO N° 11:

Em relação aos textos que compõem o raciocínio básico e a estratégia de comunicação. Pergunta: é permitido o uso de recuo no início dos parágrafos? É permitido o uso de espaçamento duplo entre os parágrafos? Se sim, como proceder para manter o espaçamento de 2cm nas margens SUPERIOR e INFERIOR, observando que o uso desse espaçamento não permitirá a fixação dessas medidas de forma exata? Podemos considerar as margens direita e esquerda com 2 cm, e um número fixo de linhas por página, desconsiderando as margens superior e inferior? Se sim, quantas linhas por página?

RESPOSTA: Conforme dispõe o item 9.4.4 do Edital, o formato para apresentação pelos proponentes do Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada deverá obedecer à seguinte padronização:

9.4.4 Textos: fonte tipográfica Arial tamanho 12; margens superior, inferior, esquerda e direita com espaçamento de 2cm a partir da borda; espaçamento entrelinhas 1,5; numeração em todas as páginas, a partir da capa, em algarismos arábicos no canto inferior direito da página. Deverá ser impresso no formato A4, em papel offset branco, 75gr. É vedado o uso de negrito, itálico, sublinhado ou qualquer outro elemento não permitido no edital.

cpw

Diga-se, ademais, que para padronização do Plano de Comunicação Publicitária, item 9.4.4, os **Textos** deverão ter alinhamento justificado, sendo possível conter entretítulos, caso necessário, com espaço duplo entretítulos, vedado o uso de CAIXA ALTA, conforme mencionado no Esclarecimento nº 01.

ESCLARECIMENTO Nº 12:

O item 9.4.5 (ideia criativa) afirma que os "materiais eletrônicos, como spots, jingles ou VTs, devem ser apresentados em CD-ROM ou DVD ROM". Pergunta: os materiais para internet, como banners para portais, posts para redes sociais, aplicativos e similares **TAMBÉM** devem ser apresentados em CD/DVD rom?

RESPOSTA: Não. Concorde item 9.4.5 do Edital, materiais eletrônicos, como *spots*, *jingles* ou VTs, devem ser apresentados em CD-ROM ou DVD-ROM com o roteiro (em formato PDF), podendo ser apresentado "monstros" e storyboard.

ESCLARECIMENTO Nº 13:

O Item 9.8.1 pede um atestado que comprove qualidade mínima de 50% à verba estimada. Devemos considerar que o item se refere à verba mínima de 50%? Como se dará esta comprovação, uma vez que o modelo de certificado (Documento 4) não dispõe sobre esta questão?

RESPOSTA: O atestado se refere a comprovação de execução de serviços compatíveis e a contento com o objeto desta licitação em 50% (cinquenta por cento) da verba estimada para a contratação. O Anexo VIII, Documento 4, é claro ao mencionar no atestado: "[...] forneceu e prestou os serviços de publicidade, conforme especificações contidas no Edital de Concorrência nº 009/2015". Inclua-se, aí, as disposições constantes do item 9.8.1 c/c item 13.4.3.1.

Em havendo necessidade, concorde dicção do item 24.4 do Edital, é facultada à Comissão de Licitação em qualquer fase desta Concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório [...].

ESCLARECIMENTO Nº 14:

Sobre Documentos de Habilitação - Na introdução ao edital, há o texto "Os envelopes contendo os Documentos de Habilitação e as Propostas Comerciais e/ou Técnicas deverão ser entregues à Comissão de Licitação, reunida em sessão pública no local, data e horário abaixo definido". Entretanto, é sabido que a lei de licitação prevê que os Documentos de Habilitação só devem ser entregues Pergunta: posteriori e, somente, pelas empresas habilitadas. Podemos desconsiderar esta afirmação inicial e considerar válida apenas a constante do item 14.9?

RESPOSTA: Deverá ser levada em consideração a informação constante do item 14.9 c/c item 17.11.

ESCLARECIMENTO Nº 15:

Para efeito de numeração das páginas do Plano de Comunicação, o edital é claro quando afirma que as PEÇAS da Ideia Criativa entrarão na sequência, depois do Plano de Mídia. Pergunta: em qual ordem deverão entrar os TEXTOS de defesa da ideia criativa? Antes ou depois das peças?

RESPOSTA: Os Textos de defesa da ideia criativa deverão entrar ANTES das peças.

Encaminhamos os respectivos esclarecimentos a todos os licitantes que solicitaram o Edital e disponibilizamos no site, levando em consideração que pode ser objeto de dúvida de outros interessados.

Natal/RN, 03 de Fevereiro de 2016.



Vivianne Cunha Monteiro Dias
Presidente da Comissão Especial de Licitação