

MUNICÍPIO DE TIMBÓ - CENTRAL DE LICITAÇÕES
EDITAL DE CONCORRÊNCIA 58/2019 PMT
ESCLARECIMENTOS III

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, PARA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, VEICULAÇÃO E O CONTROLE DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS E DEMAIS SERVIÇOS DESCritos NO CAPUT DO ARTIGO 2 E EM SEU §1º DA LEI N.º 12.232/2010, PARA DIVULGAÇÃO DAS ATIVIDADES INSTITUCIONAIS DO MUNICÍPIO E DA FUNDAÇÃO DE CULTURA E TURISMO DE TIMBÓ, NOS TERMOS REGIDOS PELO PRESENTE EDITAL E SEUS ANEXOS

Em resposta ao questionamento recebido, esclarecemos:

Pergunta: O envelope 01 deverá ser entregue aberto ou fechado?

Resposta: O envelope deve ser entregue fechado, sem nenhuma forma de identificação, seja ele: etiqueta, grampo ou outro que resulte em identificação.

Pergunta: Nos termos do item 20.13 do Edital licitatório em referência, vimos por meio desta, questionar a V.S.^a acerca da interpretação dos seguintes temas, na forma que segue:

7.3.1.1 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO:

e) Neste item serão apresentados os documentos que comprovem o vínculo empregatício dos profissionais quantificados no item 7.3.1.1-a, com a cópia dos mesmos no livro de registros da empresa, acompanhada pela GFIP gerada pelo sistema do Governo Federal com dados dos Ministérios da Fazenda e do Trabalho e Emprego, devendo a emissão ser referente ao mês anterior à data da abertura do certame.

Pergunta: qual a competência dos documentos, agosto ou setembro/2019?

Resposta: Setembro, porém deve-se verificar as respostas dadas anteriormente e publicadas no site, onde constam outras formas de contratações permitidas.

Pergunta: Segue questionamento referente EDITAL DE CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 58/2019 para contratação de Agência de Propaganda:

No item 6.1 fala que as proponentes deverão apresentar 05 (cinco) envelopes, sendo o 1º (primeiro) sem identificação fornecido pelo Município aonde constará a proposta técnica com o

plano de comunicação publicitária e os demais, o 2º constando conjunto de informações referentes ao proponente, e os 03 (três) restantes devidamente timbrados e identificados, aonde constará: 3º

proposta técnica (mesmas informações dos envelopes nº 01 e 02), 4º - proposta de preço e 5º habilitação, rubricados, devidamente lacrados, até o dia, hora, local referido no preâmbulo deste edital,

O texto parece meio confuso, na leitura parece que o envelope nº 2 também não deve ter identificação da Proponente, pois fala que somente os 03 (três) envelopes restantes devem estar devidamente timbrados e identificados, a pergunta é se o envelope nº 2 também deve ser identificado assim como os envelopes 3, 4 e 5?

Resposta: Sim, o item 6 do edital já possui texto em caixas, apresentando o que deve constar na identificação de cada envelope.

Pergunta: Gostaria de saber se o item 8.8, 8.8.1 e 8.8.2 Devem ser apresentados em forma de declaração.

Resposta: Sim, por meio de declaração.

8. PROPOSTA DE PREÇO

8.8 - Conterá declaração na qual tratará da questão de direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, estabelecendo:

8.8.1 - Para os direitos da autoria intelectual (criação, produção, direção, trilha sonora, artefinalização e assemelhado), cessão definitiva ao MUNICÍPIO, dos direitos patrimoniais de uso.

8.8.2 - Compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês inclusos.

Pergunta: Nos termos do item 20.13 do Edital licitatório em referência, vimos por meio desta, questionar a V.S.^a acerca da interpretação dos seguintes temas, na forma que segue:

7.2.2. - Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua Apresentação.

Pergunta: podemos utilizar cores nas tabelas de mídia?

Resposta: Não, para não haver nenhum tipo de identificação como cores da empresa.

PERGUNTA 1

Quanto ao item 7 – Proposta Técnica:

a) Cada item do Plano de Comunicação (raciocínio básico, plano de comunicação, ideia criativa e estratégia de mídia) deverá começar em uma nova página ou devemos fazer os textos corridos sem nenhum espaçamento? **Resposta:** Ver resposta constante nos esclarecimentos dados e publicados no site.

b) O edital não informa qual as medidas das margens superior, inferior, direita e esquerda do documento. Favor esclarecer esta questão. **Resposta:** Ver resposta constante nos esclarecimentos dados e publicados no site.

c) As páginas do Plano de Comunicação deverão ser numeradas? Caso sim, informe as regras e diagramação (fonte, tamanho, local, tipo de algarismo etc.). **Resposta:** Ver resposta constante nos esclarecimentos dados e publicados no site.

d) Poderá usar negrito, sublinhado ou itálico? () Sim (X) Não

e) Será permitido fontes em caixa alta? () Sim () Não (X) Somente para nomenclaturas obrigatórias como siglas.

f) qual a gramatura da folha a ser utilizada? **Não há limitador na gramatura do papel, mas deve ser usado folha A4 padrão.**

PERGUNTA 2

Sobre Item 7.2.1 c) Ideia Criativa:

- a) Há um limite de peças a serem apresentadas? **Resposta: Ver resposta constante nos esclarecimentos dados e publicados no site.**
- b) Os exemplos de peças poderão ser apresentados em mais de uma página, caso necessário? Por exemplo, a apresentação de livreto com várias páginas ou um site que tenha várias telas. **Resposta: Sim, podem usar mais de uma página ou mais peça por folha. Observar limitador físico, no caso o envelope.**
- c) Será aceita defesa textual deste item? Caso sim, qual o limite de páginas? **Resposta: Ver resposta constante nos esclarecimentos dados e publicados no site.**

PERGUNTA 3

A respeito do Anexo II – Briefing

- a) No item 8. Período de veiculação das campanhas simuladas, consta a seguinte redação: “período de veiculação de 60 (sessenta) dias que antecedem a Festa mais os dias durante o acontecimento do evento.” Sabendo que o evento acontece de 9 a 12 de outubro, é correto afirmar que o período máximo de veiculação é de 64 dias? **Resposta: SIM**

PERGUNTA 4

Referente o item 7.2.1 alínea d) Estratégia de mídia não informa o máximo de páginas permitida para este item. Há limitação ou podemos utilizar a quantidade de laudas que acharmos necessária? **Resposta: Ver resposta constante nos esclarecimentos dados e publicados no site.**

PERGUNTA 5

Ainda no item Estratégia de Mídia, no quadro resumo deverá ser apresentado com a identificação de todas as peças e a distribuição da verba publicitária contemplando os valores de criação, veiculação e produção? No item 7.2.1 alínea d) o edital solicita valores de produção e veiculação. Já no item 7 do briefing - anexo II – pede pra contemplar custos de criação, produção e veiculação. Pergunta-se:

- a) Quais valores deverão ser apresentados nesta tabela? Deverá ser considerado alguma negociação ou deverá ser apresentado valores de tabela cheia? **Resposta: Deve ser apresentado todo o custo, incluindo criação. Veículos devem ser usado tabela cheia e criação observar quesitos de valor com desconto, limitado a 30%.**
- b) Os custos de produção deverão ser apresentados separado dos honorários? **Respostas: Todos os custos devem ser apresentados separadamente, veiculação / criação / produção, e depois um relatório unificado com as somas.**

PERGUNTA 6

No item 7.2.1 alínea d) da Estratégia de Mídia, não deixa claro o uso da informação. Em editais dessa natureza, o plano de mídia é acompanhado de peças de não mídia, que são as peças que não contemplam o valor de veiculação, somente o de produção, folder é um exemplo. Para este edital, poderemos apresentar peças de mídia e não mídia? Favor esclarecer esta questão. **Resposta: Sim, pode ser apresentado proposta de mídia e não mídia, desde que, impressos na folha da proposta, sem monstro.**

PERGUNTA 7

Referente a vigência das tabelas de preços dos veículos de comunicação a serem apresentados neste processo, deveremos considerar tabelas vigentes na data de publicação do referido edital? **Resposta: Ver resposta constante nos esclarecimentos dados e publicados no site.**

PERGUNTA 8

Será aceito algum tipo de desconto nas tabelas dos veículos ou todos deverão respeitar tabela 100% de cada veículo de comunicação utilizado neste edital? **Resposta: Ver resposta constante nos esclarecimentos dados e publicados no site.**

PERGUNTA 9

Na tabela resumo da Estratégia de Mídia, item 7.2.1 alínea d) e Proposta de Preços item 8.1.1, alínea a) deveremos utilizar para os custos internos de agência a tabela Sinapro No 41, sendo esta tabela atual de 2019 que foi lançada em 10 de Maio de 2019?

Resposta: Sim, a tabela de custos internos deve ser usada a que está em anexo ao edital, no caso a 41.

PERGUNTA 10

Conforme item 7.2.2 todas as tabelas, planilhas e gráficos integrantes da Estratégia de Mídia poderão ser utilizadas fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação, mas não menciona se poderá ser usado cores no preenchimento das células das planilhas de valores. Favor esclarecer esta situação. **Resposta: Ver resposta constante nos esclarecimentos dados e publicados no site.**

PERGUNTA 11

Qual será a atitude da Comissão Permanente mediante as agências que desrespeitarem o que exige o edital, principalmente no que compete a formatação de envelope 1 que não poderá ter identificação? **Resposta: Ler o edital item 7.5.1 e seguintes.**

PERGUNTA 12

A Prefeitura de Timbó possui meios de comunicação próprios? Se sim, quais são eles? **Resposta: temos os canais de comunicação, no caso as redes sociais, Youtube, Twitter, Facebook, Instagram, e sites oficiais.**

Nos termos do item 20.13 do Edital licitatório em referência, vimos por meio desta, questionar a V.S.^a acerca da interpretação dos seguintes temas, na forma que segue:

Ideia criativa: sob a forma de exemplos de peças publicitárias que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária. (Artigo 7º, inciso III);

Pergunta: Esses exemplos de peças, podem ser aplicados? Exemplo, caso venhamos a fazer um busdoor podemos aplicar em um ônibus?

Resposta: Sim, a arte pode ser aplicada no seu veículo de comunicação, desde que seja apresentada a proposta da mídia anteriormente. Atenção com a limitação do envelope.

Sócrates Prado de Oliveira
Assessor Institucional de Comunicação Social