



**GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

Vitória, 12 de fevereiro de 2014.

**GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
COMISSÃO ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE LICITAÇÃO – CAEL**

Resposta aos questionamentos relativos ao Edital de Concorrência Pública nº 001/2013 –  
Processo nº 64069796/2013.

1. No item 4.1 é solicitada declaração de pessoa jurídica. Qual a data de validade desta declaração?

**RESPOSTA:** A declaração deverá ter data de emissão posterior à publicação do presente edital.

2. No item 7.13 “e” fica claro que a encadernação do conteúdo do envelope B deverá ter a mesma formatação do envelope A, no entanto não fica claro se, uma vez que a proposta é identificada, é passível a utilização de papel timbrado da agência. Podemos montar a proposta do envelope B com papel timbrado da Agência?

**RESPOSTA:** No item 7.6 temos - O Envelope “B” – PROPOSTA TÉCNICA, reservado à via identificada da Proposta Técnica, terá material de mesmo teor da via não identificada – Envelope “A”, sem os exemplos de peças referentes à “Ideia Criativa”, com formato a critério da empresa participante, apresentando em seu exterior a devida identificação conforme modelo constante do item 7.3. Portanto, não há impedimento do papel ser timbrado.

3. No item 7.14 “c” fica definido que poderão ser apresentados até 05 anexos. Gostaríamos de saber como serão consideradas as situações abaixo:

- a) – Peça sequencial para qualquer meio (anúncio de jornal/revista, outdoor teaser/revelação) será considerado peça única se transmitir a mesma mensagem?
- b) – Hotsite e suas páginas serão consideradas peça única?
- c) – Um kit formado por diversos itens será considerado peça única?

**RESPOSTA:** Serão contabilizadas individualmente peças sequenciais para qualquer meio, as páginas de um hotsite e cada item que compõe um kit. Conforme descrito no item 7.14 “c” do edital, a ideia criativa deve ser acompanhada de 5 até anexos. Vale ressaltar, porém, que, no plano de comunicação, mais de cinco peças podem ser descritas.

4. No item 7.17 “c”. Estratégia de Mídia solicita-se a distribuição percentual da verba dentro de rubricas pré-estabelecidas, inclusive no que se refere a produção. É necessária a decupagem de todos os custos de produção ou a distribuição percentual atende a este quesito?



**GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

5. No item 7.19.1.2.1 Repertório é obrigatória a indicação de pelo menos 2 veículos que divulgaram a peça. No entanto no caso de mídia externa, como empenas e painéis, muitas vezes temos apenas uma única peça, pelo caráter do meio. Podemos considerar apenas para este item a exibição em somente 1 veículo?

**RESPOSTA:** Não.

Vitória, 14 de fevereiro de 2014.

**GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
COMISSÃO ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE LICITAÇÃO – CAEL**

Resposta aos questionamentos relativos ao Edital de Concorrência Pública nº 001/2013 – Processo nº 64069796/2013.

1. No LOTE 1, item II Descrição da Análise da Situação, ao final do último parágrafo “Numa segunda frente, a campanha deve apresentar de maneira sintética os novos serviços (bike bus, busca bus, bilhetagem eletrônica, novas opções de passes, etc) Nas informações fornecidas dentro do Briefing não há nenhuma explicação sobre esses serviços que nos permita discorrer sobre os mesmos.

Pergunta – O Governo nos disponibilizará em forma de resposta essas informações? Caso negativo onde podemos encontra-las de modo que todos os concorrentes tenham acesso ao mesmo conteúdo.

**RESPOSTA:** Conforme consta no briefing, os meios de pesquisa são a assessoria de imprensa da Secretaria de Transportes e Obras Públicas (Setop), o site da Setop ([www.setop.es.gov.br](http://www.setop.es.gov.br)) e o site do Governo [www.es.gov.br](http://www.es.gov.br), além das mídias sociais do Governo do Espírito Santo: twitter (@GovernoES); facebook ([facebook.com/GovernoES](https://www.facebook.com/GovernoES)); instagram (@Governo\_ES); youtube ([youtube.com/ESInforma](https://www.youtube.com/ESInforma), [youtube.com/Governos](https://www.youtube.com/Governos)), flickr ([flickr.com/photos/governo\\_es](https://www.flickr.com/photos/governo_es)); slideshare ([slideshare.net/governos](https://www.slideshare.net/governos)).

2. No LOTE 5, que se trata de campanha do Banestes, fica definido na letra “e” da Estruturação do projeto de comunicação que a campanha deverá ser assinada com a logomarca do Governo do Estado. Ora, se estamos falando de uma campanha para um Banco que tem logomarca própria, não deveríamos assinar a campanha com a marca do Banestes?

**RESPOSTA:** A campanha deve vir com a assinatura do Banestes e do Governo do Estado.