

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2015 - SECOM

ESCLARECIMENTOS - PARTE 04

PERGUNTA 1:

O item 7.3 assim dispõe: Todos os envelopes deverão ser apresentados conforme informações ilustradas a seguir, sendo que o **Envelope “A” - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA** será fornecido pela SECOM, e **NÃO** poderá conter elementos que identifiquem o licitante.

Assim sendo, diferentes lacres podem vir a ser considerados uma forma de identificar o licitante. Solicitamos, pois, à Comissão de Licitação que defina o lacre que deverá ser utilizado para fechar o Envelope A.

RESPOSTA: O fechamento deverá ser feito pela simples colagem da aba de fechamento. Ressalta-se que os envelopes A e C serão abertos pela CAEL em sessão pública na qual não poderão participar os integrantes da Subcomissão Técnica responsável pela análise e julgamento das Propostas Técnicas.

PERGUNTA 2:

Em relação aos anexos, existe uma limitação na quantidade de páginas?

RESPOSTA: O licitante deve observar o disposto no item 7.12, alínea “d” do Edital: “Os textos, no total, não poderão exceder a 13 (treze) laudas com no máximo 30 (trinta) linhas cada uma. Os anexos, para cada tópico que os admita, não serão em número superior a 05 (cinco).”

PERGUNTA 3:

O envelope A deverá ser entregue lacrado (com a etiqueta sem identificação) ou será fechado na presença da comissão julgadora?

RESPOSTA: Conforme item 7.1 do edital, todos os envelopes devem ser fechados/lacrados e indevassáveis. Para garantir sua inviolabilidade deverão ser lacrados.

PERGUNTA 4:

Qual é o período aceitável de veiculação dos cases apresentados no item **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação** dos cinco lotes?

RESPOSTA: Não há limite de data.

PERGUNTA 5:

Vimos por meio desta solicitar maior esclarecimento no que se refere ao item 7.19-III Relato de Soluções Tendo em vista que o quesito com maior peso na avaliação deste item é resultado, com peso 2, enquanto todos os demais itens têm peso 1, o que será efetivamente considerado como resultado?

Será apenas considerado crescimento percentual seja de vendas ou de imagem? Cases que não tiverem resultado numérico claro e explícito não serão pontuados em sua totalidade?

RESPOSTA: Na pontuação será levada em conta a relevância dos resultados apresentados.

PERGUNTA 6:

Em relação ao item 1 do Edital, perguntamos:

Como atividades complementares ao objeto dessa Concorrência, podemos considerar o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação, bem como o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação?

RESPOSTA: O Edital segue exatamente o que estabelece a Lei 12.232/2010, art. 2º.

PERGUNTA 7:

Em relação ao item 7.17 (Estratégia de Mídia), perguntamos:

1 – Devemos considerá-lo como alínea “d” do item 7.14?

2 – Caso positivo, devemos considerá-lo como parte do conteúdo citado no item 7.12?

RESPOSTA: A Estratégia de Mídia faz parte do Plano de Comunicação Publicitária.

PERGUNTA 8:

Em relação à alínea “d” do item 7.12, cientes de que os anexos, para cada tópico que os admita, não serão em número superior a 05 (cinco), perguntamos:

8.1 - Devemos fixar o limite de 05 (cinco) anexos na apresentação da Ideia Criativa?

RESPOSTA: Sim.

8.2 - Devemos fixar o limite de 05 (cinco) anexos na apresentação da Estratégia de Mídia?

RESPOSTA: Sim.

8.3 - Os anexos da Estratégia de Mídia poderão contemplar os gráficos e quadros de estudos de Mídia, ou estes deverão ser apresentados no texto da Estratégia de Mídia?

RESPOSTA: Deverá obedecer ao disposto no Edital, item 7.17.1.

PERGUNTA 9:

Em relação ao item 7.17.2, perguntamos:

Os preços das inserções nos veículos de comunicação deverão ter como base suas respectivas tabelas, **vigentes na data de publicação do aviso desta licitação?**

RESPOSTA: Sim.

PERGUNTA 10:

Cientes de que os períodos das campanhas não foram especificados nos briefings, perguntamos:

Para efeito desta Concorrência, caberá às licitantes a sugestão/recomendação destes períodos?

RESPOSTA: Sim.

PERGUNTA 11:

Cientes de que a compra de links patrocinados em mídia online é realizada através do volume de cliques (e não do volume de exibições/impressões da peça publicitária) e de que estes espaços, os links patrocinados, possuem custos variáveis, ou seja, não são comercializados através de uma tabela de preços, perguntamos:

Para efeito desta Concorrência, existe algum tipo de restrição quanto à programação de mídia em links patrocinados?

RESPOSTA: Não, desde que as propostas possam ser checadas em caso de valores controversos.

PERGUNTA 12:

Cientes de que alguns veículos de mídia online são remunerados através do volume de cliques (e não do volume de exibições/impressões da peça publicitária) e de que estes veículos possuem custos variáveis, ou seja, não possuem tabela de preços, perguntamos:

12.1 - Para efeito desta Concorrência, existe algum tipo de restrição quanto à programação de mídia em veículos que possuam as características supracitadas?

RESPOSTA: Não, desde que as propostas possam ser checadas em caso de valores controversos.

12.2 - Para efeito desta Concorrência, caso estes veículos não entreguem um documento comprobatório de veiculação, existe algum tipo de restrição quanto à programação de mídia em veículos que possuam estas características?

RESPOSTA: Sim.

PERGUNTA 13:

Cientes de que o serviço de Adserver em mídia online permite gerenciar e otimizar campanhas, unificar dados, consolidar métricas, estudar o comportamento dos usuários, identificar sites relacionados ao público-alvo, extrair relatórios customizados, programar trocas criativas com agilidade e, através da utilização de uma tecnologia Rich Media, veicular anúncios diferenciados e até com vídeo, mesmo que ultrapassem o limite de peso determinado pelo veículo, perguntamos:

13.1 - Para efeito desta Concorrência, é permitido incluir o serviço de Adserver em mídia online?

RESPOSTA: Não.

13.2 - Caso positivo, os custos do serviço de Adserver deverão ser alocados nos custos de produção da programação de mídia online?

RESPOSTA: Por se tratar de um auditor não será considerado como produção nem mídia on-line.

PERGUNTA 14:

O plano de mídia deverá ser apresentado no anexo detalhadamente com uma planilha para cada veículo/meio, conforme edital: "por peça, por meio, por veículo e por período de veiculação" ?

RESPOSTA: Sim.

PERGUNTA 15:

Poderá haver uma planilha com a distribuição geral do plano mídia por meio e percentuais para cada um deles no anexo de mídia?

RESPOSTA: Sim, desde que siga o estabelecido no item 7.12, alínea "d" do edital.

PERGUNTA 16:

O anexo de mídia poderá conter dados de defesa de mídia das pesquisas Ibope, Ipsos Marplan, outras fontes **OU** os dados deverão estar **exclusivamente** no texto da defesa de mídia?

RESPOSTA: Os dados de defesa devem necessariamente constar no texto e podem ou não se repetir nos anexos de mídia.

PERGUNTA 17:

No item 7.21.4 - DA QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA / Letra d / d.1 – a redação diz: A comprovação de patrimônio líquido será equivalente a 1,5% (um e meio por cento) do valor estimado para contratação. A pergunta é a seguinte: a comprovação de patrimônio líquido será equivalente a 1,5% (um e meio por cento) do valor estimado “**POR LOTE**” para contratação ou será equivalente a 1,5% do valor **GLOBAL DOS 05 LOTES** estimado para contratação?

RESPOSTA: O licitante deverá possuir Patrimônio Líquido equivalente a, no mínimo, 1,5% do valor estimado para o valor total dos contratos que vier a celebrar com o Governo do Estado do Espírito Santo. Portanto, para habilitação na licitação, deverá comprovar PL igual ou maior do que 1,5% do valor total da soma dos lotes a que concorrer. Se, porventura, for classificado em vários lotes e não atender tal exigência, não será habilitado para todos, mas apenas para o total de lotes que o seu PL puder suportar em relação ao limite estabelecido de 1,5%, restando inabilitado no(s) lote(s) em que exceder este limite. A prioridade para exercer o direito de opção obedecerá à ordem de classificação.

PERGUNTA 18:

Ainda no item 7.21.4 – DA QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA / Letra h – a redação diz:

Deverão ser preenchidos e apresentados os quadros constantes dos Anexos V e VI deste edital, competindo à Comissão Administrativa Especial de Licitação conferir os cálculos.

Entendemos que os anexos V e VI tratam de tabela de pontuação dos itens avaliados pela Subcomissão Técnica, devendo por estes serem preenchidos de acordo com a valoração de cada item dentro dos parâmetros de pontos pré-estabelecidos. Portanto o preenchimento dessas tabelas não competem as licitantes, sendo essas parte integrante do processo de avaliação e valoração da Subcomissão Técnica. Este entendimento está correto?

RESPOSTA: A redação da alínea “h” do item 7.21.4 foi modificada. Ver Modificação de Edital e Errata publicadas no Diário Oficial respectivamente nas datas de 29 de outubro de 2015 e 03 de novembro de 2015.

PERGUNTA 19:

No item 7.21.2, alínea “f” (página 18), sobre a previsão no Estatuto ou Contrato Social da licitante, acerca da autorização para empreender atividades compatíveis com o objeto desta licitação.

A pergunta é a seguinte: o CNAE 7311.4/00 expresso no contrato social é suficiente para atender o que se pede neste item do edital?

RESPOSTA: Sim, desde que estejam discriminadas as atividades do CNAE.