



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

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2019 - SECOM

ESCLARECIMENTOS - PARTE 05

PERGUNTA 70:

No item 7.12 que diz respeito à formatação do Plano de Comunicação, estabelece as margens, bem como espaçamentos e o limite de 30 linhas por lauda. Porém dentro dessa configuração, o limite de linhas excede a 30. Sendo assim, é possível dar espaçamento duplo entre os parágrafos, de forma que se adeque às exigências do edital?

RESPOSTA: Não. O edital estabelece como limite máximo para o texto de apresentação do Plano de Comunicação Publicitária o número de 30 (trinta) linhas por lauda, com formatação definida e detalhada no item 7.12. Caso a escolha de parágrafos deixe espaços para mais linhas em cada lauda, tais espaços devem ser deixados em branco (o que não é vetado pelo edital), continuando o texto na página seguinte.

PERGUNTA 71:

Para o envelope "A" via não identificada, todos os textos, anexos e as 5 peças corporificadas da ideia criativa devem ser numerados sequencialmente? Qual a recomendação quanto a este aspecto de numeração das peças, textos e anexos?

RESPOSTA: Pelas regras do edital, é obrigatória a numeração sequencial das páginas de texto para o plano de comunicação publicitária. Não há necessidade de numeração para as peças da ideia criativa e fica a critério da licitante manter a numeração sequencial para as tabelas de simulação.

PERGUNTA 72:

Em relação a resposta à pergunta 65, ficou uma dúvida, tendo em vista que o edital em seu item 7.17, letra "c" deixa claro que: "A utilização dos recursos deverá ser feita mediante apresentação da distribuição percentual da verba disponível, nas rubricas de estudo e pesquisa, produção e veiculação, justificando a aplicação". Não sendo citado em momento algum que os custos deverão ser detalhados de cada item, como foi respondido na pergunta supra citada. Ademais, vale lembrar o que diz o item 7.17.2: "A licitante, quando da elaboração da simulação do plano de mídia e bem como nos custos de produção de que trata o quesito Ideia Criativa, obrigatoriamente deverá utilizar como base para cada proposta técnica os valores dos custos de criação, produção e veiculação das respectivas tabelas vigentes na data de publicação deste Edital (valor cheio), sem considerar os percentuais que serão ofertados nas respectivas propostas de preço". Logo podemos considerar que não será utilizado nenhum desconto, que as tabelas e custos serão os vigentes à data da publicação do edital, e que estes valores serão transformados em distribuição percentual como



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

define o item 7.17 na sua letra “c”, mantendo-se portanto a redação do edital na sua integralidade, correto?

RESPOSTA: O item 7.17.2 do Edital, ao determinar que, na “simulação do plano de mídia e bem como nos custos de produção de que trata o quesito Ideia Criativa, obrigatoriamente deverá utilizar como base para cada proposta técnica os valores dos custos de criação, produção e veiculação das respectivas tabelas vigentes na data de publicação deste Edital (valor cheio), sem considerar os percentuais que serão ofertados nas respectivas propostas de preço”, deixa clara a exigência de detalhamento de tais elementos, uma vez que esta é a única maneira de aferir se a obrigatoriedade contida no Edital foi devidamente atendida. Sendo assim, ficam mantidos os termos da resposta dada à PERGUNTA 65.

PERGUNTA 73:

No item 7.19 diz que os anexos não poderão exceder o número de 05 (cinco) para cada quesito do Conjunto de Informações do Proponente, porém não diz o que se refere esse número, são laudas? volume? Lembrando que quesito repertório conta com 10 peças, além de 02 cases, um material maior do que permitido, certo?

RESPOSTA: a resposta foi dividida em 2 tópicos para fins de maior clareza.

a) No item 7.19 diz que os anexos não poderão exceder o número de 05 (cinco) para cada quesito do Conjunto de Informações do Proponente, porém não diz o que se refere esse número, são laudas? volume?

O item 7.19 do edital dispõe que “os anexos não poderão exceder o número de 05 (cinco) para cada quesito que os admita”. Desta forma, ao definir a quantidade de 05 (cinco), o Edital está se referindo ao número máximo de anexos permitidos para cada quesito que compõe o “Conjunto de Informações do Proponente. Além disso, deve-se observar os esclarecimentos prestados por meio das PERGUNTAS 57 e 60 - PARTE 03, publicados no dia 23/12/2019, no site da SECOM.

b) Lembrando que quesito repertório conta com 10 peças, além de 02 cases, um material maior do que permitido, certo?

Não. O conjunto de peças relacionadas como exemplos no quesito “Repertório” será considerado anexo único, respeitados os limites estabelecidos no item 7.19.1, II do Edital, conforme esclarecimento prestado por meio da PERGUNTA 09 - PARTE 01 publicado no dia 11.12.2019 no site da SECOM.

PERGUNTA 74:

A ficha técnica do repertório precisa estar na forma de texto no caderno, ou pode estar juntamente com as peças impressa? Perguntamos, devido a limitação de 07 laudas para o caderno.

RESPOSTA: Como estabelece a alínea “a” do item 7.19.1 - I do edital, “cada peça deverá conter ficha técnica (...)”. Ou seja, cada ficha técnica deve acompanhar a peça respectiva e não integrar os textos do caderno.



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

PERGUNTA 75:

O item 7.19 determina que os Anexos não poderão exceder o número de 5 (cinco) para cada quesito os admita. Perguntamos: a) Este número de 5 (cinco) se refere ao número de laudas para cada anexo "c", "d", "e" e "f"? b) Se não forem laudas, qual a definição de conteúdo dos referidos 5 (cinco) anexos? c) Só poderemos apresentar 5 currículos e 5 clientrsw, por exemplo.

RESPOSTA: a resposta foi dividida em 3 tópicos para fins de maior clareza.

a) Este número de 5 (cinco) se refere ao número de laudas para cada anexo "c", "d", "e" e "f"?

Não. O item 7.19 do Edital dispõe que “os anexos não poderão exceder o número de 05 (cinco) para cada quesito que os admita”. Desta forma, está se referindo ao número máximo de anexos permitidos para cada quesito que compõe o “Conjunto de Informações do Proponente” e não à quantidade de laudas de cada um desses anexos.

b) Se não forem laudas, qual a definição de conteúdo dos referidos 5 (cinco) anexos?

O conteúdo de cada anexo está enunciado no próprio Edital, no item 7.19.1, incisos “I” (alíneas “c” a “f”), “II” e “III”.

c) Só poderemos apresentar 5 currículos [profissionais que serão postos à disposição do contrato] e 5 clientrsw [principais clientes], por exemplo.

Conforme disposto nas alíneas “c” e “d” do item 7.19.1 - inciso “I”, o Edital não faz restrição quanto ao número de profissionais ou de clientes que podem ser apresentados no quesito “Capacidade de Atendimento”, referente ao “Conjunto de Informações do Proponente”. Mas, independentemente do número, a relação com todos os profissionais (alínea “c”) deve constar em apenas 01 (um) anexo, assim como a relação com todos os principais clientes (alínea “d”). Tendo em vista a redação dúbia do pedido, o destaque vermelho foi inserido no texto da pergunta para mostrar como o questionamento foi interpretado na análise e resposta.

PERGUNTA 76:

O item 7.19.1 - "Conjunto de Informações do Proponente" determina que: c) quantificação e qualificação do perfil, nominal ou não, dos profissionais que serão postos à disposição dos contratos será considerado como Anexo; d) relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante também será considerado como anexo; e) instalações, infraestrutura e recursos materiais disponíveis atualmente ou a serem disponibilizados no local onde ocorrerá a prestação dos serviços será considerado como Anexo; f) 2 atestados fornecidos por veículos e 2 atestados fornecidos por fornecedores também serão considerados como Anexo. Perguntamos: 1) Entendemos que, para o item "f", o conjunto de 4 atestados será considerado como um único Anexo. Está correto nosso entendimento? 2) Quanto aos itens "c", "d" e "e" há limite de páginas para cada um destes conjuntos de Anexo?

RESPOSTA: a resposta foi dividida em 2 tópicos para fins de maior clareza.



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

1) Entendemos que, para o item "f", o conjunto de 4 atestados será considerado como um único Anexo. Está correto nosso entendimento?

Sim. Os 04 (quatro) atestados exigidos na alínea "f" do quesito "Capacidade de Atendimento" podem ser apresentados em 01 (um) único anexo.

2) Quanto aos itens "c", "d" e "e" há limite de páginas para cada um destes conjuntos de Anexo?

O edital não estipula limite de páginas para os anexos citados, limitando ao total de 07 (sete) páginas apenas o texto geral de apresentação e defesa do Conjunto de Informações do Proponente. Mas é necessário ressaltar que o espaço dos anexos não pode ser utilizado para inserir informação que deva ser apresentada como parte da defesa, dentro do limite de páginas estipulado para esse texto geral.

PERGUNTA 77:

É permitido fazer monstro de vídeos para peças de internet. O edital trata isso de maneira muito genérica. Sabemos que para TV não é permitido e que para rádio sim. Mas para digital, o edital não deixa claro.

RESPOSTA: Não serão aceitos monstros de vídeos, independentemente do meio previsto para sua veiculação. Roteiros para materiais em vídeo só poderão ser ilustrados/exemplificados por meio de storyboards.

PERGUNTA 78:

Em uma das perguntas dos questionamentos, especificamente a pergunta 50, é questionado:

PERGUNTA 50: *A verba definida para as campanhas deve incluir produção e honorários?*

RESPOSTA: *Sim. O item 7.17.2 do Edital determina que "a licitante, quando da elaboração da simulação do plano de mídia e bem como nos custos de produção de que trata o quesito Ideia Criativa, obrigatoriamente deverá utilizar como base para cada proposta técnica os valores dos custos de criação, produção e veiculação das respectivas tabelas vigentes na data de publicação deste Edital (valor cheio), sem considerar os percentuais que serão ofertados nas respectivas propostas de preço". Ou seja, custos de produção e honorários tem de ser considerados como parte da verba global definida nos briefings.*

No entendimento da agência é necessário então que além dos custos de terceiros a agência apresente, embora o edital, o contrato e minuta, além da proposta de preço não considerem esse percentual, o valor cheio de honorários, que seria de 15% sobre valor de terceiros.

Este entendimento de que a agência deverá então apresentar os custos internos de tabela Sinapros vigente cheio, custos de produção de terceiros, 15% de honorários, além de valor cheio de veiculação conforme tabelas dos veículos, está correto? Ou não precisaremos incluir os 15% de honorários?

RESPOSTA: Como os envelopes contendo a proposta técnica será aberto antes do envelope com a proposta comercial, deve-se utilizar o valor cheio das tabelas vigentes na distribuição dos recursos



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

definidos para a campanha que corporifica e traduz a Ideia Criativa, incluindo os honorários da agência, que, para efeito dessa proposta, serão calculados com base no percentual padrão do mercado, sem os descontos que a licitante vier a oferecer em sua proposta comercial.

PERGUNTA 79:

Nos Esclarecimentos Parte 03, à pergunta 36, sobre a possibilidade de " compra de mídia em redes sociais por meio de representante", a Comissão de Licitação respondeu: "O edital não faz restrição quanto ao uso de veículos que não possuam tabela de preços, desde que os custos relativos a essa utilização estejam de acordo com os preços praticados no mercado e sejam devidamente especificados". Perguntamos: Assim sendo, é possível utilizar mídia programática?

RESPOSTA: Sim.

PERGUNTA 80:

De acordo com o edital, no item II Repertório, podemos apresentar o número máximo de dois filmes de TV, onde especifica entre parênteses que pode ser apresentado em DVD, o numero máximo de dois spots de rádio, também especificado entre parênteses que pode ser entregue em CD e duas peças de internet. Sendo assim, perguntamos: As peças de internet podem ser apresentadas em DVD?

RESPOSTA: O Edital não especifica o meio ou suporte a ser utilizado para apresentação de peças desenvolvidas para a internet, como parte do conjunto de elementos do Repertório. Fica, portanto, a critério da licitante apresentar tais peças em DVD ou impressas.

PERGUNTA 81:

De acordo com o edital, no item III Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, é permitida a inclusão de até três peças de qualquer tipo para cada relato. Sendo assim, perguntamos: Os filmes de TV e de Internet podem ser apresentados em DVD?

RESPOSTA: Sim. Não há nenhuma restrição no Edital à apresentação em DVD de filmes para TV e Internet incluídos nos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, desde que devidamente identificados. A restrição estabelecida pelo Edital refere-se apenas aos filmes para TV e aos vídeos para Internet que corporificam a Ideia Criativa. Para estes, só serão aceitos roteiros e storyboards.

PERGUNTA 82:

De acordo com o edital, item 7.15 As peças da "Ideia Criativa", constantes do envelope A, deverão ser impressas em formato a critério da agência e obrigatoriamente afixadas sobre pranchas avulsas de papel cartão na cor preta, verso em papel Kraft, entre 200 a 500 gr/m³, sem encadernação, sem capa ou película protetora, em tamanho e formato que permitam sua anexação ao envelope sem danificação, rasura ou alteração deste ou das próprias peças (anexos). Sendo assim, perguntamos:



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

a) Devemos especificar, na prancha, em texto, o tipo de peça? E com que fonte, cor, tamanho?

RESPOSTA: Não é necessário especificar o tipo de peça nas pranchas do quesito “Ideia Criativa”.

b) A prancha solta precisa ser numerada? Se sim, com qual especificação de fonte, cor, tamanho e local de aplicação?

RESPOSTA: Não há necessidade de se numerar as pranchas com as peças da Ideia Criativa.

PERGUNTA 83:

Podemos considerar a tabela detalhada com os custos de produção (valor, quantidade produzida, honorários e outros) como parte da Tabela de simulação do plano de distribuição das peças que será apresentada em anexo único? Respeitando para sua confecção todas as obrigatoriedades do item 7.17.1?

RESPOSTA: Não. A simulação da distribuição das peças é, na verdade, o plano de mídia. Já a tabela com os custos de criação, produção e veiculação diz respeito à aplicação da verba alocada para a campanha. São itens distintos e que devem ser tratados separadamente no desenvolvimento do conjunto que trata da Estratégia de mídia e não mídia.

PERGUNTA 84:

De acordo com o edital, item 7.16, quaisquer peças de mídia eletrônica deverão ser gravadas em duas vias. Essa recomendação também serve para Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação?

RESPOSTA: Sim

PERGUNTA 85:

De acordo com o edital, na Estratégia de Mídia e Não Mídia, o único anexo permitido no item 7.17 serão as tabelas de simulação do plano de distribuição das peças, que precisam respeitar as características descritas no item 7.17.1. Para os demais subitens, a eventual utilização de gráficos e tabelas, que deverão estar junto aos textos, dentro do limite máximo das 13 laudas, não possuindo orientação quanto à formatação. Sendo assim, perguntamos:

a) Gráficos e tabelas que, porventura, sejam contemplados nas laudas de textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia, podem ser inseridos na forma de imagem (jpeg), mantendo assim suas fontes e cores originais? Caso não, existe alguma formatação que deva ser seguida?

RESPOSTA: De acordo com o estabelecido no item 7.17.1 do Edital, as tabelas de simulação dos planos de distribuição das peças deverão ser apresentadas como anexo único, sem adição de recursos visuais e gráficos de qualquer natureza. Para os demais itens da Estratégia de Mídia e Não Mídia (alínea “d” do item 7.14), a eventual utilização de gráficos e tabelas deve ser considerada parte dos respectivos textos. Seguindo a lógica adotada para o anexo único, tais elementos não



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

podem, portanto, conter recursos visuais e gráficos além da formatação definida para a tabela de simulação dos planos de distribuição das peças.

b) Como existe um limite máximo de 30 linhas por lauda, podemos entender que, ao inserir Gráficos e/ou Tabelas, já que não temos como contabilizar o número de linhas nessas formatações, a única exigência é não exceder o número máximo de linhas, contabilizando apenas as 30 linhas de cada uma das 13 laudas permitidas? Dessa forma, teríamos 390 (trezentas e noventa) linhas escritas e os gráficos e tabelas da estratégia de mídia e não mídia não estariam contabilizados entre elas?

RESPOSTA: O Edital estabelece o limite máximo de 13 (treze) laudas, com no máximo 30 (trinta) linhas cada, para apresentação do Plano de Comunicação Publicitária. No caso de inclusão de tabelas e gráficos no corpo do texto, o espaço ocupado por esses recursos deve ser medido pelo número de linhas correspondente e contabilizado dentro dos limites máximos determinados.

PERGUNTA 86:

De acordo com o edital, item 7.12, o conteúdo da via não identificada (envelope “A”) e da via identificada (envelope “B”) do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, com exceção da(s) peça(s) da “Ideia Criativa”, deverá ser apresentado com encadernação espiral na cor preta; capa transparente e contracapa na cor preta. Sendo assim, perguntamos: Deverá ser um único caderno contendo Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e não Mídia? Ou cada item do Plano de Comunicação deve ser um encadernado separadamente?

RESPOSTA: Os itens Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e não Mídia são partes do texto de apresentação do Plano de Comunicação Publicitária. Sendo assim, devem ser encadernados em um só volume, com no máximo 13 páginas e na formatação determinada pelo Edital no item 7.12.

PERGUNTA 87:

Ainda de acordo com o edital, no item 7.12, o conteúdo da via não identificada (envelope A) e da via identificada (envelope B) do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, com exceção da(s) peça(s) da “Ideia Criativa”, deverá ser apresentado na seguinte formatação: c) Sem numeração de linhas; com numeração de página no canto inferior direito em fonte Arial, corpo 9, cor preta. Perguntamos: No caso dos outros conteúdos, referente aos envelopes C, D e E, precisamos enumerar as páginas? Se sim, e seus anexos (a exemplo das peças de Repertório e Relatos)?

RESPOSTA: E edital estipula que todas as folhas do conteúdo dos envelopes “C”, “D” e “E” deverão ser numeradas e rubricadas, sendo que o não atendimento ao solicitado, nos termos do item 7.11, implicará na perda do direito a futuras reclamações quanto a eventual extravio de documentos durante a tramitação do processo.



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

PERGUNTA 88:

Remuneração das agências em ações on-line: Como funcionará a remuneração das agências em ações on-line, cujo volume de investimento em mídia é muitas vezes inferior ao das ações off-line e cujo volume de trabalho – peças criadas, postagens, monitoramento, etc - é muito maior? Seguirá o mesmo critério adotado para as ações off-line ou terá uma regra especial? No caso de seguir o mesmo critério das ações off-line as agências terão certamente prejuízo nessas ações. Nesse caso ressaltamos que no artigo 2.9 das Normas Padrão, temos que: “Conforme determina o art. 17, inciso I, alínea “f” do Dec. nº 57.690/66, é vedada a contratação de propaganda em condições antieconômicas...”

RESPOSTA: Para os casos em que haja o desconto padrão de agência, será observado o valor de repasse estipulado no item 7.12.2 da Minuta do Contrato (Anexo XII do Edital).

PERGUNTA 89:

Da seleção das agências contratadas para ações específicas, através de RSPs. As perguntas relativas a esse assunto são as seguintes:

a) Segundo o Manual do Anexo XIII, para cada RSP as agências terão de apresentar Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa, Estratégia de Mídia e Não Mídia, Orçamentos de Mídia e Produção. Nesse caso teremos um volume de trabalho insano para as agências e uma burocracia que atrasará os trabalhos da SECOM. Favor confirmar esse ponto.

RESPOSTA: Os procedimentos para seleção interna são aqueles definidos no Anexo XIII do Edital - “Manual de Seleção Interna de Agência”.

b) Como funcionará o processo das RSPs no caso de uma ação emergencial, de interesse público, como comunicados emergenciais referentes a enchentes, saúde pública, etc.?

RESPOSTA: Os procedimentos para seleção interna são aqueles definidos no Anexo XIII do Edital - “Manual de Seleção Interna de Agência”.

c) Na hipótese de uma ou duas agências serem regularmente preteridas nas RSPs, certamente elas terão prejuízo no atendimento da conta da SECOM. Poderão passar o ano elaborando propostas e não serem contratadas. Nesse caso ressaltamos que no artigo 2.9 das Normas Padrão, temos que: “Conforme determina o art. 17, inciso I, alínea “f” do Dec. nº 57.690/66, é vedada a contratação de propaganda em condições antieconômicas...”

RESPOSTA: A seleção interna ocorrerá por meio de normas claras, impessoais e previamente estipuladas no Manual de Seleção Interna (Anexo XIII do edital), que garantem a todas as contratadas as mesmas condições de participação. Por fim, o referido manual está em conformidade com os limites dispostos nos §§ 3º e 4º do art. 2º da Lei 12.232/2010, e as participantes do procedimento de seleção interna serão tecnicamente aptas para atendimento das demandas, visto que serão as três melhores classificadas entre todas as agências que disputaram a licitação para cada lote (o que torna distante a ocorrência da situação hipotética ora descrita).



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

d) No caso de cada RSP a SECOM deveria remunerar as agências que participarem da seleção, e não forem vencedoras, conforme sugerido pelo SINAPRO-ES em sua Tabela Padrão. Como será essa remuneração?

RESPOSTA: O pedido de esclarecimento não faz referência objetiva a qual item da Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/ES se baseia sua sugestão. Na página 7 da tabela vigente, temos que “Ao modificar ou cancelar serviços internos já aprovados, executados ou em execução, o Cliente deverá pagar à Agência o custo desses serviços (...)”. O mesmo sentido é dado em itens seguintes, quando usa de expressões como “Refação por mudança de brief” ou “Peça criada sob demanda do cliente, caso venha a ser cancelada, terá seu custo de criação cobrado”. Portanto, como o procedimento de seleção interna em si não caracteriza autorização de execução para todas as participantes, não há o que dizer sobre pagamento nos termos ora apresentados.

PERGUNTA 90:

Conjunto de Informações do Proponente: A especificação de sete laudas é inconclusiva, pois a quantidade de informação pode variar de acordo com o número de caracteres por lauda. Assim solicitamos que seja mais bem definido esse item, especificando univocamente a formatação correta das páginas.

~~**RESPOSTA:** O item 7.12 do Edital, que trata do Plano de Comunicação Publicitária, define com clareza a formatação exigida para o texto de apresentação. Essa determinação deve ser observada na formatação de todos os itens para os quais se exige textos de apresentação ou defesa. Seguem as determinações de formatação definidas no item citado: “a) Papel formato A4, com 75 a 90 gr/m², na cor branca; encadernação espiral na cor preta; capa transparente e contracapa na cor preta; b) Fonte Arial e suas variações de formatação (normal, negrito, itálico, sublinhado); corpo 12; cor preta; alinhamento justificado; espaçamento entre linhas 1,5; espaçamento de parágrafos 6 pontos (antes e depois); margens de Página em configuração Normal (Superior: 2,5 cm / Inferior: 2,5 cm / Esquerda: 3 cm / Direita: 3 cm); c) Sem numeração de linhas; com numeração de página no canto inferior direito em fonte Arial, corpo 9, cor preta”.~~

***RESPOSTA:**

Com relação à resposta à **PERGUNTA 90 - PARTE 05**, publicada no site da SECOM em 09/01/2020.

A resposta à referida pergunta fica retificada para:

Para o somatório de textos referente ao Conjunto de Informação do Proponente, o caput do item 7.19 do Edital faz menção apenas à quantidade máxima de 07 laudas, com 30 linhas por cada. As licitantes devem observar a legibilidade para apresentação de suas propostas.

***Atualizado em 10/01/2020.**



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

PERGUNTA 91:

7.19 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE - ENVELOPE “C” - O somatório de textos referente ao Conjunto de Informações do Proponente não poderá exceder o total de 07 (sete) laudas, com no máximo 30 (trinta) linhas cada. Os anexos não poderão exceder o número de 05 (cinco) para cada quesito que os admita. O item 7.19.1- A LETRA F) faz parte das 7 laudas: letras a); b); c); d); e); e f)? Ou entra como anexo?

RESPOSTA: Pelo estipulado no Edital, as alíneas “c” a “f” do quesito “Capacidade de Atendimento” (Item 7.19.1 - “I”) serão apresentadas como anexos, devendo ser observado o limite máximo de 05 (cinco) anexos permitido para o quesito.

PERGUNTA 92:

No item 7.19.1 - II Repertório e III Relatos. Podemos utilizar qualquer formato nas pranchas das peças? Ou tem formato específico?

RESPOSTA: O Edital não faz restrição quanto ao formato utilizado para apresentação das peças referentes aos quesitos “Repertório” e “Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação”, desde que caibam nos envelopes sem serem danificadas. Qualquer que seja a opção da licitante, é preciso observar o disposto no item 7.19 e 7.19.1 do Edital.

PERGUNTA 93:

Para efeito de confirmação do entendimento da resposta dada no esclarecimento de número 65, o custo da produção já inclui o custo do fornecedor e o custo de criação considerado como custo interno. Correto? Perguntamos porque o termo honorários utilizado anteriormente na resposta do esclarecimento de número 50 refere-se exclusivamente à veiculação e estão contemplados na tabela cheia dos veículos, estando, portanto, automaticamente considerados.

RESPOSTA: Sim. Todos os custos devem ser lançados na planilha. Isso inclui os custos de produção - com os respectivos honorários de agência sobre este item - e os custos internos de criação. Porém, os orçamentos para cada uma das etapas do processo de criação, produção e veiculação devem ser discriminados na apresentação dos elementos que compõem o custo total da campanha, conforme detalhado no item 7.17.2 do Edital. Outros esclarecimentos a respeito desse ponto podem ser encontrados nas respostas dadas às Perguntas números 50 e 65, disponíveis no site da Secom.

PERGUNTA 94:

Considerando que no item 7.14, alíneas “a” e “b” o edital é expresso em admitir somente texto e na alínea “c” admitir texto + anexo, pergunta-se: Para a alínea “d” será admitido somente texto ou texto + anexo? Observe-se que essa alínea nada dispõe de forma explícita, como nas demais alíneas mencionadas.



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

RESPOSTA: As informações requeridas na alínea “d” do item 7.14 do edital deverão ser apresentadas na forma de “texto”, como parte do Plano de Comunicação Publicitária, que, em seu conjunto, não pode ultrapassar o limite de 13 (treze) laudas. De acordo com o Edital, serão permitidas como anexos as peças que corporificam a Ideia Criativa (alínea “b”) e as tabelas de simulação do plano de distribuição das peças, que detalharão a Estratégia de Mídia e Não Mídia (alínea “d”), sendo que o conteúdo e a formatação deste segundo anexo estão definidos nos itens 7.17.1 e 7.17.2 do Edital.

PERGUNTA 95:

O item 7.17.1 é referente as tabelas de simulação do plano de distribuição das peças do item 7.17, alínea “b”?

RESPOSTA: Sim. Contudo, a parte que deve ser apresentada como texto tem de ser defendida nas 13 laudas do Plano de Comunicação Publicitária (item 7.14) e não no anexo detalhado nos itens 7.17 e 7.17.1.

PERGUNTA 96:

Em caso afirmativo da pergunta 2 [Pergunta 95], qual deve ser a formatação do texto? Observemos que o item 7.17.1. somente dispõe sobre a formatação das tabelas, ou seja, não dispõe sobre a formatação de texto.

RESPOSTA: O item 7.12 do Edital, que trata do Plano de Comunicação Publicitária, define com clareza a formatação exigida para o texto de apresentação. Essa determinação deve ser observada na formatação de todos os itens para os quais se exige textos de apresentação ou defesa. Seguem as determinações de formatação definidas no item citado: “a) Papel formato A4, com 75 a 90 gr/m³, na cor branca; encadernação espiral na cor preta; capa transparente e contracapa na cor preta; b) Fonte Arial e suas variações de formatação (normal, negrito, itálico, sublinhado); corpo 12; cor preta; alinhamento justificado; espaçamento entre linhas 1,5; espaçamento de parágrafos 6 pontos (antes e depois); margens de Página em configuração Normal (Superior: 2,5 cm / Inferior: 2,5 cm / Esquerda: 3 cm / Direita: 3 cm); c) Sem numeração de linhas; com numeração de página no canto inferior direito em fonte Arial, corpo 9, cor preta”.

PERGUNTA 97:

No entanto, caso a resposta da pergunta 2 [Pergunta 95] seja negativa, o item 7.17.1 será o anexo único de qual item?

RESPOSTA: Fica mantido o esclarecimento à Pergunta 95.

PERGUNTA 98:

Item. 7.17.2: Os custos de criação, produção e veiculação deverão estar nas tabelas do plano de distribuição das peças do item 7.17.1?



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

RESPOSTA: Sim. Todos os custos devem ser lançados na planilha. Isso inclui os custos de produção – com os respectivos honorários de agência sobre este item - e os custos internos de criação. Outros esclarecimentos a respeito desse ponto podem ser encontrados nas respostas dadas às perguntas números 50 e 65, disponíveis no site da Secom.

PERGUNTA 99:

Caso a resposta do item 5 [Pergunta 98] seja negativa o item 7.17.1, será anexo único de qual item?

RESPOSTA: Fica mantido o esclarecimento à Pergunta 98.

PERGUNTA 100:

O anexo único do item 7.17.1 tem limite de laudas? Se sim, quantas?

RESPOSTA: O edital não faz restrição quanto ao número de laudas para o anexo referente ao plano de simulação (item 7.17.1)

PERGUNTA 101:

De acordo com o caput do item 7.19 são permitidos até 05 (cinco) anexos para cada quesito que os admita. Pergunta-se: Dessa forma, para os itens 7.19, alíneas “c”, “d” e “f”, as quais admitem anexos, podem ser apresentados até 05 (cinco) anexos para cada um dos itens dessa alíneas?

RESPOSTA: Não. De acordo com o Edital, serão admitidos no máximo 05 (cinco) anexos para cada quesito (e não para cada item do quesito), que devem observar as exigências de apresentação contidas no item 7.19.1 e os esclarecimentos prestados por meio das PERGUNTAS 09 e 10 - PARTE 01 publicadas no dia 11.12.2019 no site da SECOM. Os quesitos do Conjunto de Informações do Proponente são 03 (três), sendo: I - Capacidade de Atendimento, II - Repertório e III - Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

PERGUNTA 102:

Ainda com relação a pergunta 8 [Pergunta 101], qual o número de laudas permitida em cada um dos anexos?

RESPOSTA: O edital não faz restrição quanto ao número de laudas para os anexos do Conjunto de Informações do Proponente.



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

PERGUNTA 103:

Quanto o item f do item 7.19.1, favor esclarecer se os atestados fornecidos pelos veículos e por fornecedores que comprovam a pontualidade da licitante no atendimento à obrigações por ela assumidas, podem ser apresentados por cópia autenticada.

RESPOSTA: Será admitida cópia devidamente autenticada por cartório competente.

PERGUNTA 104:

É permitido a utilização de newsletter ou email mkt como estratégia de divulgação da campanha e notícias correlacionadas?

RESPOSTA: O Edital não faz restrições a nenhum meio de divulgação. Portanto, é facultada a cada licitante a escolha dos meios e veículos a serem utilizados na divulgação da campanha, de acordo com as estratégias propostas.