ESCLARECIMENTOS I

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 5-210060033-8

CONCORRÊNCIA Nº 001/2021

SEGUEM ESCLARECIMENTOS PRESTADOS PELA ASSESSORIA DE IMPRENSA E COMUNICAÇÃO – AICOM.

01). Para a campanha simulada em editais desta natureza, o valor definido sempre é um percentual do total contratado, em média de R$ 900.000,00 a R$ 1.000.000,00 para uma campanha de 90 dias. O valor informado no briefing manteve o valor total do Edital que é de R$ 1.400.000,00 (hum milhão e quatrocentos mil reais) sem informar o valor para a campanha simulada. Poderiam fazer a correção informando qual seria a verba simulada visto que é somente uma campanha a ser apresentada ou devemos considerar o valor de R$ 1.400.000,00 para a campanha simulada?

RESPOSTA: Para a campanha simulada deverá ser considerado o valor de R$ 1.400.000,00 (hum milhão e quatrocentos mil reais).

02). O período de veiculação que consta no briefing, pede que preferencialmente seja lançada a campanha até o mês de outubro de 2021. Entende-se neste caso que, para esta campanha simulada, o período de veiculação informado deverá ser de outubro a dezembro de 2021, confere? Levando em consideração que o a primeira sessão pública desta concorrência será dia 16/09/2021 e o término de todo o processo desta licitação se dará após o início da data sugerida para a campanha simulada, podemos sugerir outra data além desta que consta no briefing?

RESPOSTA: Por se tratar de uma campanha simulada, deverá ser considerado o período de outubro a dezembro de 2021.

03). Ainda referente ao briefing, nos objetivos de comunicação, o edital considera alguns itens que deverão constar na campanha simulada, que são: - Campanha na TV - Vts de 30” ou 45”; - Busdoors - Produção e veiculação de 100 unidades divididas entre os municípios onde o CREA-SC tem inspetorias e/ou escritórios; - Campanha no rádio - Produção e veiculação de Spots de 30” ou 45” nas principais rádios do estado ou nas

Documento assinado eletronicamente, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

rádios abrangidas pela ACAERT; - Anúncio em jornais - Produção e Veiculação de anúncios de meia página e ou ¼ página; - Produção de DVD Institucional do CREA-SC: Produção de DVD Institucional de até 3 minutos, a ser utilizado em palestras e eventos do CREASC, stands, etc, com as principais atribuições e serviços prestados pelo Conselho; - Gestão de Redes Sociais - Produção, veiculação e impulsionamento de posts semanais no facebook e instagram. Estatísticos mensais de acesso. Projetos de gestão das redes sociais: facebook, instagram, twitter e youtube, visando aumentar o número de inscritos e seguidores; - Outros Projetos - Projetos isolados de emissoras e veículos de comunicação em que o CREA possa fortalecer sua imagem e a dos profissionais registrados. Pergunta-se: estes itens, quantidades de inserção/peças e períodos deverão constar obrigatoriamente na campanha simulada?

RESPOSTA: As mídias que constam no briefing são sugestões, não sendo necessariamente obrigatórias, a agência que deverá sugerir em quais veículos de comunicação a campanha será divulgada.

04). No Item 11.3.4.3 alínea B o texto esclarece que não devem ser incluídos veículos de divulgação que não atuem com tabelas de preços. Para ações promocionais e ações de não mídia, por terem diferentes especificações, alguns veículos não possuem tabelas de preços e sim orçamentos personalizados. Para estas situações é permitido o uso destes fornecedores/veículos na simulação de mídia, sendo orçados separadamente?

RESPOSTA: Não. Os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação e não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços.

05). No mesmo item 11.3.4.3 alínea D o texto discorre sobre desconsiderar os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores. Custos internos são entendidos como valores de criação prestados pela agência. É correto afirmar que NÃO devemos cobrar os honorários internos na tabela resumo do plano simulado, assim como não deverão ser considerados os valores de 15% de honorários decorrentes dos custos de produção de terceiros?

RESPOSTA: Os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores deverão ser desconsiderados somente para efeito de proposta técnica, a fim de tornar objetiva e isonômica a análise e o julgamento, uma vez que, nessa fase, ainda não é possível conhecer os percentuais

Documento assinado eletronicamente, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

que cada concorrente efetivamente ofertará. Durante a contratação, a contratada será remunerada conforme percentual vencedor definido no certame.

06). Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia deverão ser numerados ou devemos apenas numerar as defesas?

RESPOSTA: Conforme item 11.2 do Edital.

07). O item 11.2 d) menciona apenas os espaçamentos para as margens direta e esquerda. Sendo assim, as margens superior e inferior poderão ter qualquer espaçamento ou há um específico a ser seguido?

RESPOSTA: Não há espaçamento específico para as margens superior e inferior.

08). Ainda sobre a apresentação dos itens do Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia), os mesmos deverão começar imediatamente na próxima linha após o término de cada item ou cada quesito deve iniciar em uma nova página?

RESPOSTA: Conforme item 11.2 do Edital.

09). Para o item 11.5 não é estabelecido número máximo de páginas. É correto afirmar que as licitantes poderão demonstrar sua capacidade de atendimento utilizando quantas páginas julgarem necessárias?

RESPOSTA: Não está definido no Edital o número máximo de páginas para o item 11.5; logo, a agência poderá utilizar o número de páginas que julgar necessário.

10). O item 11.2.4 menciona que os exemplos de peças integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 11.2 do edital. Essa apresentação deverá ser em um envelope específico, após a conclusão total da Ideia Criativa como anexos ou há uma forma específica a ser realizada? Ou deverão estar avulsas no envelope e sem serem encadernadas? Deverão ser numeradas?

RESPOSTA: Conforme itens 11.2.4 e 11.2.4.1 do Edital, respeitado o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

Documento assinado eletronicamente, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

11). No plano de mídia apresentado pelas agências é permitido que seja incluído rádios comunitárias sem fins lucrativos, rádios evangélicas ou educativas, que tenham propostas comerciais de veiculação ou somente será aceito rádios com enquadramento legal para fins comerciais?

RESPOSTA: Não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços.

12). Existem veículos que possuem tabelas de preços para órgãos públicos e empresas privadas distintos. Neste caso o CREA-SC irá aceitar os valores de empresas privadas ou de órgãos públicos?

RESPOSTA: Nesse caso, os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia para órgãos públicos.

13). Para um melhor entendimento dos exemplos de peças da Ideia Criativa, além da apresentação dos layouts, será permitida também a apresentação de mockups, em páginas separadas?

RESPOSTA: Conforme item 11.3.3.4, "a", do Edital.

14). No item 11.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada. É correto afirmar que as margens superioras e inferiores estão livres de espaçamento de 2cm e 3cm?

RESPOSTA: Não há espaçamento específico para as margens superior e inferior.

15). No item 11.2 - Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada. Os itens do Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia) deverão começar imediatamente na próxima linha após o término de cada item anterior ou cada quesito sempre em uma nova página?

RESPOSTA: Conforme item 11.2 do Edital.

16). No item: 11.2.3 - Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão: I - ser editados em cores; II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente

Documento assinado eletronicamente, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

utilizados nesses - documentos; III - ter qualquer tipo de formatação de margem; IV - ser apresentados em papel A3 dobrado. Os anexos do plano de mídia, tabelas, quadros ou planilhas deverão der numerados?

RESPOSTA: Conforme item 11.2 do Edital.

17). No item 11.3.3.3.1 - As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout, observado o disposto no subitem 11.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas. Temos alguma limitação de tamanho, cor, espessura relativo ao passe-partout?

RESPOSTA: Não, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

18). No item 11.3.3.3.1 - As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout, observado o disposto no subitem 11.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas. Na apresentação de "monstros", existe alguma exigência de marca ou cor dos CDs ou pen drive?

RESPOSTA: Conforme item 11.3.3.3.4.1 do Edital.

19). No item 11.3.3.3.1 - As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout, observado o disposto no subitem 11.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas. Podemos colar o CD ou Pen drive em papel A4 ou passe-partout e escrever o nome da peça? Podemos colocar os CDs em envelope de CD?

RESPOSTA: Sim para os dois casos (item 11.3.3.3.6 do Edital), mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital, além do item 11.3.3.3.4.1 do Edital.

20). No item 11.3.3.3.1 - As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout, observado o

Documento assinado eletronicamente, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

disposto no subitem 11.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas. As peças da ideia criativa deverão ser numeradas sequencialmente?

RESPOSTA: Conforme item 11.2.1 do Edital.

21). No item 11.3.3.3.1 - As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout, observado o disposto no subitem 11.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas. Podermos aplicar o layout no seu meio de comunicação, exemplo: uma peça de outdoor, podemos aplicar a peça em um modelo de outdoor, assim dar mais visibilidade a peça?

RESPOSTA: Sim, observado o disposto no item 11.3.3.4 do Edital.

22). No item:11.3.4.3 Nessa simulação: b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços. 1. Considerando que Redes Sociais e Google, por exemplo, não possuem tabela de preços e são comercializados no sistema leilão, a mídia digital deverá restringir-se a Portais e/ou Blogs locais e/ou regionais que possuem tabela de preços? Ou podemos usar fornecedores de Mídia Programática e Mídia Online?

RESPOSTA: Os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação e não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços.

23). No item: 11.8 O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante. As peças publicitarias deverão ser de apenas um cliente?

RESPOSTA: Pode ser de mais de um cliente, observado o disposto nos itens 11.8.2 e 11.8.3 do Edital.

24). No item: Briefing – Projeto Básico - Podemos utilizar os recursos próprios de comunicação do CREA - caso positivo, poderiam listar os recursos próprios que o CREA dispõe.

RESPOSTA: Não.

Documento assinado eletronicamente, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

25). No item: Briefing – Projeto Básico - Qual a verba hipotética/referencial devemos usar para simulação da campanha?

RESPOSTA: Para a campanha simulada deverá ser considerado o valor de R$ 1.400.000,00 (hum milhão e quatrocentos mil reais).

26). No item: Briefing – Projeto Básico - Verificamos que o briefing traz de forma detalhada os meios e formatos de mídia. Esses meios e formatos descritos são obrigatórios?

RESPOSTA: As mídias que constam no briefing são sugestões, não sendo necessariamente obrigatórias, a agência que deverá sugerir em quais veículos de comunicação a campanha será divulgada.

27). No item 11.10 A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato: III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda. Pergunta 01: Está correto entendermos que o ANUNCIANTE seria o CREA-SC, ou seja, a licitante não deverá apresentar CAse do CREA-SC, caso o mesmo já esteve no âmbito doas contratos da mesma?

RESPOSTA: O anunciante é o Crea-SC e não poderá apresentar case do Crea-SC.

28). No item 11.10.3.1 A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 11.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 11.10 para descrição do Relato. As peças do Relato fazem parte das 04 páginas ou somente as fichas técnicas?

RESPOSTA: Somente as fichas técnicas, conforme item 11.10.3 do Edital.

29). No item 11.10.3.1 A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 11.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 11.10 para descrição do Relato. Podemos colocar gráficos e imagens no Relato?

RESPOSTA: Sim, observado o disposto no item 11.9.1 do Edital.

Documento assinado eletronicamente, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

30). Item 11.3.4.3 Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;

c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

d) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

Gostaríamos de saber qual a data da publicação do edital;

RESPOSTA: 30/07/2021.

31). Considerando que na tabela de preços já está incluso a comissão da agência (art. 11 da Lei nº 4.680/1965) é correto afirmar que devemos diminuir da tabela cheia dos veículos os 20% referente comissão da agência**?**

RESPOSTA: Não. Os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação e não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços.

32). Item11.10.3.1 A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 11.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 11.10 para descrição do Relato.

Pergunta 01: Considerando as 04 páginas, podemos colocar mais de uma peça em cada página?

RESPOSTA: Conforme item 11.10.3 do Edital.

33). Item 11.9 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de

Documento assinado eletronicamente, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado. O conjunto dos três relatos, (relato, fichas técnica e as peças) poderão ser encadernados todos juntos?

RESPOSTA: Sim.

34). Item 11.9 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado. Por conta das restrições do COVID as assinaturas dos clientes nos mesmos poderão ser feita eletronicamente?

RESPOSTA: Sim, desde que tenha validade jurídica.

35) Até quando o envelope pode ser retirado no Departamento de Administração do CREA-SC? Pode ser no dia da abertura dos envelopes, antes do início da sessão?

RESPOSTA: Sim, poderá ser retirado até o dia da abertura da sessão, sendo de inteira responsabilidade da licitante o cumprimento do horário limite de protocolo do envelope.

36) Qual é o formato do envelope padronizado da via não identificada, que será fornecido para apresentação da proposta?

RESPOSTA: O CREA-SC fornecerá envelope específico, que poderá ser retirado no Departamento de Administração conforme disposto no item 10.1.1.1 do Edital.

37) O briefing cita uma série de recursos próprios do CREA-SC, mas a resposta ao esclarecimento 24 do último documento deu a entender que eles não podem ser utilizados. Está correto esse entendimento ou as licitantes têm a liberdade para utilizar os recursos próprios listados em suas propostas?

RESPOSTA: Entendimento correto.

38) No item 11.3.3 do edital, que trata sobre a Ideia Criativa, não é citado o tipo e a gramatura e o tipo do

Documento assinado eletronicamente, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

papel que deve ser usado para apresentação das peças. Podemos entender que a escolha fica a critério das participantes?

RESPOSTA: Conforme item 11.2 do Edital.

39) Item 11.9 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 11.10. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura. É correto afirmar que a validação dos relatos deverão ser também em papel timbrado da licitante?

RESPOSTA: Não é correto. Deverá atender o item 11.10.1 do Edital.

40) Não ficou clara a resposta do Crea-SC referente ao questionamento 5 do Esclarecimento 1 sobre os honorários e custos internos. Para apresentação da planilha resumo do plano simulado para efeito de proposta técnica, NÃO deverão constar os valores de criação (honorários internos) e honorários de produção?

RESPOSTA: Deverão ser desconsiderados somente para efeito de proposta técnica, a fim de tornar objetiva e isonômica a análise e o julgamento, uma vez que, nessa fase, ainda não é possível conhecer os percentuais que cada concorrente efetivamente ofertará. Não deverão constar, conforme item 11.3.4.3, letra "d" do Edital.

41) Referente a resposta da pergunta 8 do Esclarecimento 1. Não consta no item 11.2 do Edital a informação se os itens do Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia) deverão iniciar em nova página ou imediatamente na próxima linha após término de cada item. Fica a critério da agência? Favor esclarecer esta questão.

RESPOSTA: Na próxima linha, conforme item 11.2, letra "f" do Edital.

42) Ficamos em dúvida também na resposta da pergunta 10 do Esclarecimento 1, quanto a apresentação de peças integrantes da Ideia Criativa, no qual o edital determina que seja apresentado separadamente do caderno único do Plano de Comunicação Publicitária. Estas peças deverão estar em um caderno especifico ou poderão estar em folhas avulsas disposta no Invólucro 1? Favor esclarecer esta questão.

Documento assinado eletronicamente, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

RESPOSTA: A critério da licitante, observado o disposto no item 11.3.3 e todos os seus subitens do Edital, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital, além do item 11.3.3.3.4.1 do Edital.

43) Ainda sobre o Esclarecimento 1, resposta da pergunta13. Conforme resposta do CREA-SC, a apresentação do mockups em páginas separadas serão consideradas como novas peças. Mockups são utilizados para apresentação das peças publicitárias de forma a simular e a visualizar o resultado final dela como demonstração, levando em consideração tamanho, forma e perspectiva, portanto, não seria uma nova peça e sim, uma aplicação realista dela. Levando isto em consideração, mesmo assim a apresentação de mockups em seguida das peças, serão consideradas como novas peças?
RESPOSTA: Sim, Conforme item 11.3.3.4, letra "a", do Edital.

44) Referente ao questionamento sobre os recursos próprios de comunicação, na resposta o CREA-SC não ficou claro se NÃO será possível utilizá-los ou se NÃO poderiam nos listar quais são os recursos próprios do CREA-SC, levando em consideração que, para campanhas publicitárias, é imprescindível o uso deles para um impacto positivo no resultado da campanha uma vez que, principalmente em redes sociais que está cada vez mais utilizado e mais importante para as empresas, tanto que no briefing do edital é solicitado estratégias de comunicação para utilização destes recursos. Favor esclarecer esta questão.
RESPOSTA: Não poderão ser utilizados.

Florianópolis/SC, 10 de setembro de 2021.

Bárbara I. Schwartz

Presidente da CPL do CREA-SC

Documento assinado eletronicamente, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.