

RESPOSTA – PEDIDOS DE ESCLARECIMENTO – CONCORRÊNCIA Nº 001/2017**ESCLARECIMENTOS 1****RESPOSTAS - PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS****CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº001/2017**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA, a ser julgada pelo critério de TÉCNICA E PREÇO, com regime de Empreitada por preço unitário, previsto na Lei n. 12.232/2010 e complementarmente pela Lei 8.666/93.

Objeto: contratação de 05 (cinco) agências de publicidade para a prestação de serviços técnicos de publicidade visando a elaboração de projetos e campanhas da assembleia legislativa do estado de mato grosso.

Questionamentos:

1) No item 6.2.3.3.4. cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta(exemplos: “cartaz, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, *monstro internet*”), formatada conforme previsão do subitem 6.2.5., VIII, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem 6.2.3.1. Pergunta: Onde se lê “spot rádio” pode ser exemplificado jingle ou deve ser spot?

Resposta: Conceitualmente spot e jingle se diferem pelo primeiro ser com locução, enquanto o segundo ser cantado. Deve-se seguir o edital e apresentar como peça obrigatória o Spot, conforme item 6.2.3.

2) No item 6.2.3.3.5., os *storyboards* animados, *animatics*, protótipos e monstros poderão ser apresentados em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de: I. *storyboards* animados e *animatics*, para TV e cinema: avi, mov. Wmv, mpeg, vob. Perguntas: Pode ter locução no *animatic*? (pelo conceito do exemplo de peça, sim). Podemos produzir monstro para o melhor entendimento da peça ou ele deve ser estático como o *animatic* de TV?

Resposta: O Animatic pode conter locução, mas as imagens e fotos devem ser estáticas, conforme item 6.2.3.3.3.

3) No item 6.2.3.3. – II, página 10. Pergunta: Podemos sugerir outras peças além das exigidas da exemplificação?

Resposta: Deve-se apresentar, obrigatoriamente, as seguintes peças:

- 01 (um) VT de 60 segundos;
- 01 (um) Spot de 30 segundos;
- 01 (um) Anúncio impresso (jornal ou revista);

- 01 (um) Outdoor;
- 01 (uma) Mídia digital;
- 01 (uma) Não Mídia

A agência poderá apresentar outras peças, limitadas a 10 no total, conforme edital.

4) No item 6.2.3.1., página 10. Perguntas: Nas peças exemplificadas podemos demonstrar as peças de acordo com o meio? Exemplo na mídia exterior ao invés de exemplificar um "outdoor", podemos exemplificar uma "empena"?

Resposta: Pode exemplificar com uma empena. Não é necessário ser um outdoor "tradicional".

5) No item 6.2.4.3. – I, página 12. Pergunta: Em casos de veículos locais que possuem tabela uma nacional e uma regional "ambas com valores brutos", qual devemos utilizar para fins de orçamento?

Resposta: Em se tratando de campanha destinada apenas a cidadãos do Estado de Mato Grosso, ela deverá ser desenvolver dentro do Estado e, portanto, com mídia dentro do Estado. A tabela regional do veículo é que deverá ser aplicada, uma vez que a tabela nacional, como regra, se destina à veiculação em âmbito nacional ou, pelo menos, em regiões além do Estado.

6) No item I – Plano de Comunicação Publicitária. Pergunta: Quais mídias e oportunidade de uso dos recursos de comunicação próprios da ALMT, estão disponíveis para utilização na licitação? Como painéis eletrônicos "PN LED Externo, TV's de Led informativa, Redes Sociais, etc...).

Resposta – A secretaria de comunicação conta com a TV Assembleia, Rádio Assembleia, facebook, instagram, twitter, youtube, agência de notícias, banners digitais no site, murais internos, comunicativo (intranet), e periódicos intermitentes.

7) Como no Edital já estabelece os limites para o preço e no julgamento da proposta já estabelece também os critérios de avaliação e valorção, gostaria de saber se praticarmos um percentual de honorários de 1 a 8% teremos 20 (vinte) pontos? Da mesma maneira, se praticarmos um percentual de descontos para os custos internos a partir de 50 % (cinquenta) teremos os 20 (vinte) pontos?

Resposta: Exatamente. Estabelecendo ATÉ 8% de honorários sobre serviços externos, leva a nota máxima. Idem oferecendo 50% de desconto nos custos internos, igualmente leva a nota máxima nesse item.

8) Sobre a participação de Empresas de Pequeno Porte, no Edital diz: 1/2.6.5. Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para as empresas de pequeno porte, entendendo-se por empate aquelas situações em que as propostas apresentadas pelas microempresas e empresas de pequeno porte sejam iguais ou até 10 (dez por cento) superiores à proposta mais bem classificada e desde que a melhor oferta inicial não seja de uma microempresa ou empresa de pequeno porte." E no item 9.8.2. do Edital "Serão consideradas

as melhores propostas comerciais aquelas que atingirem as maiores pontuações através da fórmula abaixo:

NFPC = Nota final da Proposta Comercial

D1 - Pontuação aplicada ao Percentual sobre honorários de produção externa

D2 - Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso

NFPC = D1 +

D2

2

Pergunta: A diferença de até 10 entre a melhor proposta e a proposta de empresas de pequeno porte será na NFPC?

Resposta: A diferença de até 10% entre a melhor proposta e a proposta de empresas de pequeno porte será na PONTUAÇÃO FINAL, ou seja, levando em consideração a média ponderada entre a Pontuação relativa à proposta técnica e a relativa à proposta comercial.

Outrossim, se houver empate na proposta técnica entre uma micro ou pequena empresa e uma de maior porte, vencerá esta última se sua proposta de preço apresentar proposta de preço inferior até 10% em relação à outra licitante de maior porte.

O empate da média ponderada entre as propostas técnica e de preço em que participar uma microempresa ou empresa de pequeno porte, desde que o empate não seja também em relação a outra microempresa ou empresa de pequeno porte, beneficiará a pequena ou microempresa. Se houver empate entre empresas de pequeno porte quanto à média ponderada, será realizado sorteio entre elas para definir a vencedora.

Pergunta: No caso da empresa de pequeno porte ter alcançado a nota máxima permitida no Edital, Como será feito o procedimento?

Resposta: Se a empresa de pequeno porte tiver alcançado a nota máxima permitida no Edital, deduz-se que sua proposta foi a melhor dentre as licitantes e caso haja empate com qualquer outra agência que não outra de pequeno porte, será ela considerada vencedora. No caso de igualdade entre agências de pequeno porte, será realizado o sorteio para definir quem será considerada a vencedora.

9) Sobre a formatação do Plano de Comunicação, no item 6.2.5., IV é especificado a margem do caderno "Espaçamento de 2 em, nas margens direita e esquerda, a partir da borda:".



Pergunta: Haverá alguma orientação para o espaçamento de margem para as bordas superiores e inferiores?

Resposta: Os espaçamentos para as bordas superiores e inferiores ficarão a critério das licitantes.

Pergunta: Haverá alguma orientação para a localização da numeração de página (meio da página, canto inferior direito ou esquerda)?

Resposta: A localização da numeração das páginas ficará a critério das licitantes, que poderão optar pelo meio da página, ou canto inferior ou superior direito ou esquerdo.

10) Sobre os itens da ideia Criativa, "6.2.3.3.5. Os *storyboards* animados, animatics, protótipos e monstros poderão ser apresentados em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:"

"6.2.7. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados:

1. separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem 6.2.5.;"

"6.2.3.3.4. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: "cartaz", "filme TV", "spot rádio", "anúncio revista", "monstro internet") formatada conforme previsão do subitem 6.2.5., VIII, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem 6.2.3.1.

Pergunta: O Edital diz que as peças devem ser apresentadas soltas. Os DVDs/CDs podem ser apresentados em envelope branco comum?

Resposta: Sim.

Pergunta: Onde e como devem ocorrer a identificação da peça com sua indicação sucinta (exemplos: "cartaz", "filme TV", "spot rádio", "anúncio revista", "monstro internet") nos DVDs / CDs?

Resposta: Na própria peça e ou no envelope com os DVDs/CDs.

11) Sobre a proposta de preços. No item 7.1 do Edital diz:

"VII - A Proposta de Preço deverá ter declaração da licitante:

- a) Comprometendo-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à ALMT as vantagens obtidas". Esta declaração não consta no Modelo de Proposta de Preço - Anexo 4 do Edital no qual a proposta de preço poderá ser elaborada. Pergunta: Deve-se fazer a declaração em documento separado?

Resposta: Pode constar no final da própria proposta de preço ou em declaração em separado.

- 12) Sobre a primeira sessão, no item 12.8, subitem V "abertura dos invólucros ns 1 e 3, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e representantes das licitantes presentes." Já no item 12.8.4. diz "A comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros n.1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária." Pergunta: Os documentos do envelope 1 serão rubricados pela comissão?

Resposta: Sim. O conteúdo do envelope 1 será apenas rubricado pela Comissão e pelos licitantes presentes e ou por comissão por eles formada. Nenhum outro código, sinal ou marca serão lançados pela Comissão, nos documentos que compõem o envelope n. 1.

- 13) Sobre o item "II – Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, devendo conter, obrigatoriamente, no mínimo: 01 (um) VT de 60 segundos; 01 (um) Spot de 30 segundos; 01 (um) Anúncio impresso (jornal ou revista); 01 (um) Outdoor; 01 (um) Mídia Digital; 01 (um) Não Mídia, observadas as seguintes regras: Pergunta: Na mídia deverá conter apenas os dez exemplos de peças citados na ideia criativa ou podemos descrever as 10 peças e outras pertinentes para cumprir o objetivo do briefing.

Resposta: Para atender o item 6.2.3 e segtes quanto à IDEIA CRIATIVA, as licitantes deverão apresentar relação de peças e ou material que compõem a campanha, podendo ser inseridos comentários circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar. DESSA RELAÇÃO deverão ser indicadas as peças e ou material que foram corporificados, EM NÚMERO MÁXIMO DE 10 (DEZ), a critério da licitante, que entender mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação. Portanto, podem ser descrever outras peças pertinentes para cumprir o objetivo do briefing, além das corporificadas.

- 14) Sobre os itens II – Os textos de Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e ou material prevista no subitem 6.2.3.1 do edital estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e

contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos. III – Os textos, tabelas, gráficos e planilha da Estratégia de Mídia e Não Mídia não tem limitação quanto ao número de páginas. Pergunta: No conjunto de 10 páginas deverá constar a justificativa da estratégia e táticas recomendadas da mídia?

Resposta: A limitação em 10 páginas se referem aos textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da e da relação das peças e ou material referidos no subitem 6.2.3.1, quais sejam todas as peças e ou material que compõem a campanha sugerida pela licitante.

Apenas os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e não Mídia não tem limitação quanto ao número de páginas.

15) No item 5, briefing, página 51 do edital de concorrência pública nº 001/2017, é mencionado “No desenvolvimento da campanha fictícia...SEM QUALQUER DESCONTO OU SEM QUALQUER REMUNERAÇÃO DESTINADA A AGÊNCIA”, no entanto no parágrafo subsequente mencionam que os custos de veiculação deverão anotar os preços constantes das tabelas cheias dos veículos sem dedução dos honorários de agência (desconto de agência). Igualmente, os custos de produção externa serão cobrados pelo valor cheio, sem qualquer remuneração devida às agências. Pergunta: O percentual de 20 acrescido na tabela de preço dos veículos de comunicação e os 15 referente a produção, que já vêm acrescidos pelos respectivos meios de comunicação deverão ser desconsiderados e subtraídos de nossos mapas para o planejamento desta fictícia campanha?

Resposta: Devem ser desconsideradas todas as remunerações destinadas à agência, seja em relação aos 20% do "desconto de agência", quer os honorários de 15% sobre custos externos de produção.

Nenhum valor de honorários de agência deve integrar o planejamento da campanha fictícia. Serão considerados APENAS a tabela cheia de mídia dos veículos, assim como o custo da produção externa, sem qualquer incidência de honorários devidos à agência.

16) O item I do subitem 6.2.4.3. onde se 1: A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições: I – Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os da tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação; Tem-se o entendimento que as tabelas dos veículos de comunicação deverão ser as de dezembro de 2017, porém em muitos casos a tabelas vencem em 31 de dezembro de 2017. Pergunta: O período da campanha deve estar compreendido na vigência das tabelas ou pode extrapolar essa data?



Resposta: O período de veiculação da campanha fictícia é de decisão exclusiva da agência e não precisa ser no período de vigência da tabela de preços do veículo. Se existir uma nova tabela de preços, já em vigor, deverá haver a adequação da proposta de mídia levando em consideração a nova tabela. Mas se não houver uma nova tabela em vigor, a que estiver sendo aplicada neste instante, poderá ser utilizada para a elaboração do plano de mídia a ser apresentada no atendimento do briefing (ainda que em tese teria validade só até 31 de dezembro).

17) No edital 2.2. Não poderão participar da licitação empresas:

a) Cujo dirigente seja funcionário e/ou prestador de serviços da ALMT.
Pergunta: A agência participante do certame poderá ter em seu quadro de funcionários (prestador de serviço ou contrato) que seja funcionário concursado da ALMT, mesmo sendo em jornada distinta?

Resposta: Não pode contar com funcionário da ALMT, mesmo que seja em jornada distinta.

18) No edital 3.1. A retirada deste Edital deverá ser realizada no site www.al.mt.gov.br. 3.1.1. Visando possíveis comunicações acerca do presente certame, e para efeito do disposto no item 4.1.3., poderá o interessado encaminhar recibo de retirada de edital devidamente preenchido por meio eletrônico, para o endereço de e-mail: sgel@al.mt.gov.br. Pergunta: Existe um formulário próprio a ser preenchido? Se sim, poderia nos enviar?

Resposta: Não existe um recibo padrão de retirada de edital através de meio eletrônico. A agência que utilizar o meio eletrônico para obter o edital, deverá elaborar um recibo simples, a ser encaminhado também via digital, declarando ter recebido o edital através da via digital.

Isso se destina a que eventuais comunicações pela Comissão de Licitação aos licitantes, possam ser encaminhados à agência que retirou o edital através da via digital.

19) No edital 6.3. A capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto por textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e/ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará: II – a quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento. Pergunta: A quantidade mínima exigida de profissionais por área de atuação é de 1 profissional para cada área com exclusividade para atender a ALMT?

Resposta: Não é exigida quantidade mínima de profissionais para a avaliação da Capacidade de Atendimento. Portanto, pode ser apresentado um profissional para cada de atuação para atendimento da ALMT. Entretanto, a quantificação e a qualificação dos profissionais serão levados em consideração para a finalidade de avaliação da Capacidade de Atendimento das licitantes.

20) No edital 8.1.1. O invólucro n. 1, será padronizado e fornecido pela ALMT mediante solicitação formal da licitante à Comissão de segunda a sexta-feira, as 08h00 às 14h00, no endereço constante no preâmbulo. Pergunta: Tem uma sala específica e/ou pessoa para entregar a solicitação e pegar o invólucro? A partir de que dia estará disponível?

Resposta: O invólucro nº 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA está disponível na Sala 203 – Superintendência de licitação - Assembleia Legislativa de Mato Grosso.

21) Solicitamos esclarecimento referente ao subitem 6.2.3.1 que diz "Todas as peças e ou material que compõe a campanha deverão ser listados em uma relação..."*

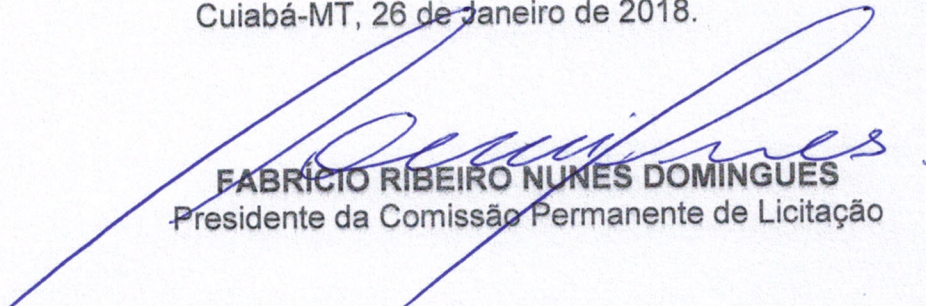
E logo em seguida o subitem 6.2.3.3 diz que "Da relação de peças e ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicado...", limitando-se a 10 exemplos de peças.

Dessa forma fica entendido que podemos listar mais do que 10 peças para compor a estratégia, porém, apresentar apenas 10 delas como forma de exemplificar a nossa proposta de solução.

***Pergunta para confirmação: "Podemos listar e apresentar as funções táticas de mais de 10 peças desde que os exemplos corporificados na proposta estejam limitados a 10 (dez)?**

Resposta: SIM. Podem ser apresentadas mais do que 10 peças para compor a estratégia. A limitação a dez peças está nos exemplos a serem CORPORIFICADOS.

Cuiabá-MT, 26 de Janeiro de 2018.



FABRÍCIO RIBEIRO NUNES DOMINGUES
Presidente da Comissão Permanente de Licitação