



## CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2015

### ESCLARECIMENTO Nº 05 DE 29-01-16

1 - Podemos apresentar *presentations* e relatórios impressos em seu formato original, respeitando os limites das pranchas estabelecidos no edital? Neste caso, o *presentation*, por exemplo, viria colado na prancha.

**Resp.** Fica a critério da licitante.

2 - A apresentação dos layouts das peças de mídia impressa/mídia exterior pode ser feita/aplicada em referencias (fotos) dos respectivos veículos (página do jornal ou revistas, traseira de um ônibus, traseira de uma banca de revistas, relógio ou placas de esquina ou qualquer outro mobiliário urbano)? Será considerado mais um layout?

**Resp.** Conforme item 1.3 do anexo I do edital, fica estabelecido o limite de três peças da campanha por meio (esboços, lay-outs, spots, storyboards etc), já tendo sido esclarecido o conceito de meio, na resposta 17, do esclarecimento 2, de 15-1-15. Ver, ainda, resposta ao questionamento 6.4 do esclarecimento nº 3, de 26-1-16.

3 - Existe alguma especificação ou restrição em relação à compra de mídia on-line?

**Resp.** Não. Fica à critério do licitante.

4 - Poderemos utilizar de negrito nos títulos e subtítulos ou no decorrer da dissertação dos textos?

**Resp.** O formato do conteúdo das propostas técnicas está descrito no anexo I do edital. Assim, com o objetivo de manter a confidencialidade, transparência e isonomia neste processo licitatório e em atendimento ao item 4.7.2 do Edital, a Comissão de Licitação não responderá a esclarecimentos acerca de como apresentar a proposta técnica.

5 - Para a numeração dos títulos e subtítulos dos textos da Proposta técnica poderemos utilizar o mesmo padrão do Edital?

**Resp.** O formato do conteúdo das propostas técnicas está descrito no anexo I do edital. O formato do conteúdo das propostas técnicas está descrito no anexo

I do edital. Assim, com o objetivo de manter a confidencialidade, transparência e isonomia neste processo licitatório e em atendimento ao item 4.7.2 do Edital, a Comissão de Licitação não responderá a esclarecimentos acerca de como apresentar a proposta técnica

**6 - b)** balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais quando encerrado há mais de 3 (três) meses da data de apresentação das Propostas.

c) O patrimônio líquido exigido será de 5% (cinco por cento) sobre o valor do lote que a licitante ou consórcio pretenda concorrer. A licitante ou consórcio que pretenda concorrer em mais de um lote, deverá apresentar patrimônio líquido de 5% (cinco por cento) sobre o valor somado dos lotes que pretenda concorrer.

A exigência de patrimônio que corresponda ao valor de 5% (cinco por cento) sobre o valor do lote que a licitante ou consórcio pretenda concorrer, será feita com base o balanço do exercício de 2014? Ou sobre o balanço exigível à época de abertura do invólucro contendo os Documentos de Habilitação?

**Resp.** Vide resposta ao questionamento 2, do esclarecimento 3, de 26-1-16.

**7 - 1.3 Ideia Criativa –** Texto apresentado em formato A4, de até 3 (três) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, apresentando a resposta criativa da Licitante aos desafios e metas por ele explicitados na “Estratégia de Comunicação Publicitária”, contendo os temas e os conceitos a serem desenvolvidos pela campanha publicitária baseada no Briefing; acompanhado de esboços (layouts, textos, roteiros e *storyboards*) de peças da campanha para cada meio de divulgação nela proposto pela LICITANTE. As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas em pranchas com no máximo 42x30 cm (formato A3) e as peças eletrônicas em CD ou DVD ou Pen drive. Fica estabelecido o limite de três peças da campanha por meio (esboços, *lay-outs*, spots, *storyboards* etc). Essas peças de criação não fazem parte do limite estabelecido de texto, de 3 laudas, proposto neste item.

**Resp.** Sim.

**8 -** O spot para rádio pode ser apresentado na forma finalizada?

**Resp.** Sim.

**9** - Será aceita a apresentação de VT em forma de monstro?

**Resp.** Vide resposta ao questionamento 4, do esclarecimento 1, de 07-1016.

**10** - Gostaria de saber qual o prazo para retirar o envelope na SUBSECOM e até quando precisamos entregar o Termo de Recebimento do Edital.

**Resp.** Item 2.3 do edital.

**11** - Dúvida referente a Proposta Comercial – Modelo Anexo B página 27.

A frase abaixo referente ao número da proposta que consta no modelo, qual seria?

“Após tomarmos conhecimento de todos os documentos deste Edital de Licitação, submetemos à apreciação da CONTRATANTE a nossa proposta de **n.º...**”

**Resp.** Deixar em branco.

**12** - As peças como hot site, aplicativos, e-banners, poderão ser apresentadas na forma de monstro, gravados em CD/DVD ou pen drive e poderão ser apresentadas também em prancha?

**Resp.** Vide resposta ao questionamento nº 04, do esclarecimento nº 01 de 07-1-16.

**13** - Nos esclarecimentos disponibilizados no dia 26 de janeiro de 2016, esta Comissão definiu que, para a execução da Estratégia de Mídia, “os custos dos veículos a serem considerados deverão se referir à última tabela disponibilizada pelo veículo”. Tal resposta é ambígua e permite distintas interpretações, o que pode comprometer futuramente a avaliação das propostas. Explicamos:

O edital foi publicado no dia 23 de dezembro de 2015 e muitas agências já começaram a desenvolver seus Planos de Mídia na mesma data. Sendo assim, o correto não seria considerar as tabelas vigentes na data da publicação para garantir o mesmo critério de avaliação entre as propostas que serão entregues? Caso contrário, uma vez que as tabelas dos veículos do interior se alteram com muita frequência, as licitantes poderão utilizar tabelas variadas de um mesmo veículo, visto que terão solicitado as mesmas em datas distintas.

Por se tratar de uma definição fundamental para a continuidade do desenvolvimento do trabalho, pedimos atenção desta Comissão e agilidade para a resposta.

**Resp.** Os custos devem se referir à última tabela disponibilizada pelo veículo, na data da publicação do edital.

**14 - 1.3 Ideia Criativa – (...)** Fica estabelecido o limite de três peças da campanha por meio (esboços, lay-outs, spots, storyboards etc) ...

Está estabelecido o limite de três peças da campanha por meio. Existe também um limite total máximo e mínimo de peças a serem apresentadas? Se sim, qual é a quantidade máxima e quantidade mínima de peças a serem apresentadas?

**Resp.** Conforme item 1.3 do anexo I do edital, fica estabelecido o limite de três peças da campanha por meio (esboços, lay-outs, spots, storyboards etc), já tendo sido esclarecido o conceito de meio, na resposta 17, do esclarecimento 2, de 15-1-15

**15 - 1.3 Ideia Criativa – (...)** As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas em pranchas com no máximo 42x30 cm (formato A3) ...

Há um padrão definido para as pranchas? Podem ser de isopor? Podem ser de papel? Podem ter acabamento em paspartu?

**Resp.** Não. Ressalte-se apenas que o invólucro 1 não pode ser identificado.

**16 -** No item 6.3.1.c e d, sobre a qualificação econômico-financeira das empresas, o edital traz:

*c) O patrimônio líquido exigido será de 5% (cinco por cento) sobre o valor do lote que a licitante ou consórcio pretenda concorrer. A licitante ou consórcio que pretenda concorrer em mais de um lote, deverá apresentar patrimônio líquido de 5% (cinco por cento) sobre o valor somado dos lotes que pretenda concorrer.*

*d) Na hipótese de consórcio, o patrimônio líquido exigido no item anterior será calculado pela somatória do patrimônio líquido das empresas consorciadas, na proporção de sua respectiva participação na constituição de consórcio.*

Em que momento deverá ser feita a apresentação do balanço patrimonial da empresa ou consórcio, a fim de comprovar que tal empresa ou consórcio possua patrimônio líquido igual ou maior a 5% do valor do lote ou da soma dos lotes aos quais vai concorrer?

**Resp.** Vide resposta ao questionamento 2, do esclarecimento 3, de 26-1-16.

**17** - Entendemos que o balanço patrimonial a ser considerado para habilitação das empresas vencedoras desse certame é o de 2014. Nosso entendimento está correto?

**Resp.** Vide resposta ao questionamento 2, do esclarecimento 3, de 26-1-16.

**18** - No item 5.1.1, sobre a proposta comercial, o edital traz:

*5.1.1 Deverão ser apresentados honorários no percentual mínimo de 10% (dez por cento) e máximo de 60% (sessenta por cento) incidentes sobre o valor previsto na relação de preços descrita na Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente à época da prestação dos serviços, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.*

Entendemos que ao dizer “*honorários no percentual mínimo de 10% e máximo de 60%*”, o edital quis limitar o desconto oferecido sobre a tabela do Sinapro em no mínimo 10% e no máximo 60%. Ou seja, as agências poderão propor como remuneração de custos internos a cobrança mínima de 40% dos valores da tabela do Sinapro e máxima de 90% dos valores da tabela do Sinapro. Nosso entendimento está correto?

**Resp.** Não. Honorários de 10% corresponde a 10% do valor descrito na tabela do SINAPRO. Seria o equivalente a 90% de desconto do valor ali previsto. O desconto mínimo é, portanto, de 40%. Por essa razão, quanto maior o valor dos honorários descrito na proposta de preço, menor será a nota da licitante.

**19** - Fazendo incidir capa e contra capa nos cadernos relativos aos Invólucros 1, 2, 3 e 4; elas (capas e contra capas) serão contabilizadas dentro dos limites impostos aos cadernos que irão os citados Invólucros?

**Resp.** Vide resposta ao questionamento 24, do esclarecimento 1, de 07-1-16.

**20** - Alguns autores e profissionais separam do meio "mídia exterior" a parte digital, por terem especificidades próprias. A comissão entende como dois meios separados, mídia exterior e mídia exterior digital?

**Resp.** O conceito de meio a ser considerado é o descrito na resposta 17, do esclarecimento 2, de 15-1-15.

**21** - 2.4 Cases - página 62

Duas campanhas de propaganda completas, desenvolvidas anteriormente pela LICITANTE, com apresentação de relato dos problemas que cada campanha se propôs resolver e os resultados alcançados, referendado com a assinatura

do anunciante, em até quatro laudas cada relato. Em anexo, deverão estar 5 (cinco) exemplos, no máximo, das peças utilizadas. As peças impressas deverão ser apresentadas em pranchas com o máximo de 42 x 30 (formato A3). As peças precisam ser acompanhadas de suas fichas técnicas?

**Resp.** Fica a critério da licitante.

**22-** Invólucro 02 – página 10

4.8. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada e terá o mesmo teor da Via Não Identificada, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa.

4.8.1 O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

O conteúdo da proposta técnica via identificada poderá ser impresso em papel timbrado da agência?

**Resp.** Sim.

Belo Horizonte, 29 de janeiro de 2016

**Cristina Rocha Guimarães**

Presidente da Comissão de Licitação