

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2021/SECC

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Respostas aos pedidos de esclarecimentos recebidos entre os dias 10/12/2021 e 22/12/2021 sobre o edital da Concorrência Pública nº 001/2021, que tem por objeto a contratação de 5 (cinco) agências de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, para atender a Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Estadual, incluídas as Autarquias, Fundações, Empresas Públicas, Sociedades de Economia Mista e demais entidades vinculadas.

Pergunta n. 1:

“O item 11.2 alínea ‘e’ do edital, estabelece que o espaçamento será ‘simples’ entre linhas para o Invólucro 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada. Dessa forma, podemos entender que para títulos, subtítulos e parágrafos, o espaçamento duplo fica à critério da licitante?”

Resposta: Não. O edital não deixa a critério das licitantes a utilização de espaçamentos duplos. O que pode ser feito, para títulos e subtítulos, é a utilização de letras maiúsculas, conforme a resposta dada à Pergunta n. 08, apresentada previamente à realização da Audiência Pública e disponibilizada no arquivo “perguntas_e_respostas_audiencia_publica_final_0.pdf”.

Pergunta n. 2:

“No item 11.3.3.3.5 do edital, informa que as peças gráficas poderão estar com o sem suporte e/ou passe-partout. As peças gráficas poderão ser apresentadas em qualquer tipo de papel?”

Resposta: Conforme resposta dada à Pergunta n. 10, apresentada previamente à realização na Audiência Pública e disponibilizada no arquivo “perguntas_e_respostas_audiencia_publica_final_0.pdf”, “a licitante pode usar o papel que entender melhor para o acabamento de suas peças, desde que observadas as demais regras constantes no edital”.

Pergunta n. 3:

“Nos itens 11.8.1.2 (Repertório) e 11.10.4 alínea ‘I’ (Relatos) diz que as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pendrive*. Perguntamos, as peças de internet (exemplos: banners, posts de redes sociais, instagram stories etc) poderão ser apresentadas em layout impresso?”

Resposta: Peças destinadas ao ambiente digital e que se constituam em imagens estáticas poderão ser impressas e integrar os cadernos específicos do Repertório e

dos Relatos ou ser apresentadas separadamente, tais quais as peças gráficas, nos termos do edital, subitens 11.8.1.3 e 11.10.4, II.

Pergunta n. 4:

“Nos itens 11.8.1.2 (Repertório) e 11.10.4 alínea ‘I’ (Relatos) diz que as ‘peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pendrive*, executável em computadores pessoais e sem nenhuma informação que possibilite a identificação da licitante, salvo a marca de seu fabricante’. Tendo em vista que os cadernos de Repertório e Relato fazem parte do Invólucro 3 (identificado), não é necessário que o *pendrive* não tenha identificação da licitante, está correto nosso entendimento?”

Resposta: Não. Todos os *pendrives* utilizados pelas licitantes, tanto os inseridos no Invólucro nº 01 como no Invólucro nº 03, não devem ter identificação, sinal ou marca, salvo a marca do próprio fabricante. Além disso, as licitantes devem observar para o Invólucro nº 03 a disciplina dos itens 11.5.2, 11.7.2 e 11.9.2, todos em consonância ao que determina a Lei nº 12.232/2010, art. 6º, XIII, segundo o qual: “será vedada a aposição ao invólucro destinado às informações de que trata o art. 8º desta Lei, **assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária**, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros de que trata o §2º do art. 9º desta Lei”. (grifou-se)

Assim, **para os itens 11.8.1.2 e 11.10.4, I**, onde se lê: “as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pendrive*, executável em computadores pessoais e sem nenhuma informação que possibilite a identificação da licitante, salvo a marca do seu fabricante”, **leia-se** “as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em *pendrive*, executável em computadores pessoais, o qual não deve ter identificação da licitante, sinal ou marca, salvo a marca do próprio fabricante, bem como em seu conteúdo não deve conter informação, marca, sinal ou qualquer outro elemento que conste no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº2”.

Pergunta n. 5:

“No item da Proposta de Preço traz que ‘13.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser: a) apresentada em papel que identifique a licitante...’. Já nos descritivos dos cadernos do invólucro 3 (11.5 Capacidade de Atendimento, 11.7 Repertório e 11.9 Relatos) não traz esta informação, mas também não há informação que o papel deva ser totalmente branco. A título de confirmação, é correto afirmar que as folhas dos cadernos do Invólucro 3 podem ser timbradas já que se trata de um envelope identificado?”

Resposta: Não há vedação para a utilização de papel timbrado nos cadernos do Invólucro n. 03, mas as licitantes devem observar a disciplina dos itens 11.5.2, 11.7.2 e 11.9.2, todos em consonância ao que determina a Lei nº 12.232/2010, art. 6º, XIII, segundo o qual: “será vedada a aposição ao invólucro destinado às informações de que trata o art. 8º desta Lei, **assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento**

que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros de que trata o §2º do art. 9º desta Lei”. (grifou-se)

Pergunta n. 6:

“O edital não traz observação que impeça a inserção de peças de um mesmo cliente no ‘11.7 Repertório’ e ‘11.9 Relatos’. A título de confirmação, é correto afirmar que, como não há no edital esta observação, entende-se que é permitido que ambos possam ter peças de um mesmo cliente, desde que sejam de campanhas diferentes?”

Resposta: Sim, é possível.

Pergunta n. 7:

“A título de confirmação, as respostas dadas às questões no documento ‘respostas_-_pedidos_de_esclarecimentos _02_a_09_dez_2021.pdf’ continuam válidas com a republicação do edital?

Por exemplo:

- Pergunta 2 (assinatura eletrônica, letras maiúsculas, papel especial e páginas da ideia criativa)
- Pergunta 5 (canal de comunicação com funcionários públicos estaduais é o e-mail)
- Pergunta 10 (Manual de Marca)”

Resposta: Sim. O edital e suas cláusulas serão interpretados de acordo com as respostas dadas aos questionamentos formulados tanto em face da audiência pública, como aos pedidos de esclarecimentos apresentados posteriormente à publicação e republicação do edital.

Pergunta n. 8:

“Nos itens 11.8.1.1 e 11.10.1 do edital desta concorrência, observamos, a seguinte limitação temporal para apresentação das peças de repertório e material de relatos: ‘...devem ter sido veiculados/implementados, expostos ou distribuídos preferencialmente, a partir de 1º de janeiro de 2021, mas serão aceitos peças e/ou materiais veiculados (implementados) dentro do período máximo de dois anos anteriores à publicação deste edital.’

Observamos:

Como é sabido, a apresentação de peças do repertório e relatos de soluções de problemas de comunicação a serem apresentados pelas licitantes se destina a demonstrar a qualificação e capacitação técnica da agência no atendimento de outros clientes, anteriormente.

Com o advento da pandemia do novo coronavírus, houve notável redução da atividade econômica, bem como publicitária pelas empresas e pela própria administração pública que tenham sido atendidas pela licitante, sendo que a

publicidade neste período, foi dirigida praticamente para a orientação da população no enfrentamento da pandemia,

Dessa forma, a apresentação de peças publicitárias e relatos de soluções de problemas de comunicação restrita a apenas no período dos últimos anos, implicará na evidente redução de cases atendidos pelas agências nesse período e, em consequência, igualmente com a redução de elementos de avaliação pela Subcomissão Técnica quanto à capacitação e qualificação técnica das licitantes.

Pelo exposto, sugerimos que essa Comissão permanente de Licitação permita – mediante ajuste no edital – que as peças publicitárias do repertório e dos relatos de solução de problemas de comunicação a serem apresentadas pelas licitantes, possam abranger os últimos cinco anos, permitindo, com isso, uma melhor e mais adequada avaliação das licitantes.

Essa ampliação do período supra referido, viria de encontro ao que já vem ocorrendo em outras licitações de órgãos da Administração Pública Federal, tais como Ministério da Saúde, Ministério das Comunicações, bem como Governo do Estado de São Paulo, Governo do distrito federal e Prefeitura Municipal de São Paulo, conforme destacado abaixo.

Ministério da Saúde:

Repertório ‘11.8.1.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2017.’

Relatos ‘11.10.2. Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2017.’

Ministério das Comunicações:

Repertório ‘11.8.1.1 As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2017.’

Relatos ‘11.10.2 Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2017.’

Governo do Distrito Federal:

Repertório ‘11.8.1.1. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos, preferencialmente, a partir de 2015.’

Relatos ‘11.10.1. As propostas de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementadas, preferencialmente, a partir de 2015.’

Prefeitura de São PAULO

11.4.2.6. As peças que fizerem parte do Repertório da licitante devem ser as que foram veiculadas ou exibidas há não mais que 05 (cinco) anos.”

Resposta: Conforme resposta dada à Pergunta n. 13, apresentada em face da Audiência Pública realizada previamente à publicação do edital – e cujas respostas estão disponibilizadas no arquivo “perguntas_e_respostas_audiencia_publica_final_0.pdf – a SECC, pautada em critérios técnicos, definiu como adequado o prazo de dois anos, tendo em vista que o mercado publicitário é dinâmico, ágil e rápido, por isso a necessidade desta limitação temporal para avaliação das peças e/ou materiais produzidos mais recentemente pelas agências. Ademais, o contexto da pandemia é importante para fins de avaliação da expertise das agências em soluções estratégicas de comunicação para momentos de crise. Além disso, estudos e pesquisas mais recentes vêm demonstrando a capacidade de

resiliência desse mercado e a sua recuperação no ano de 2021, com o crescimento do investimento em publicidade no país em relação ao ano de 2020.¹

Pergunta n. 9:

“Referente aos itens 11.8.1.1 (Repertório) ‘As peças e/ou materiais devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos preferencialmente, a partir de 1º de janeiro de 2021, mas serão aceitos peças e/ou materiais veiculados dentro do período máximo de dois anos anteriores à publicação deste edital.’ e 11.10.1 (Relatos) ‘As propostas mencionadas no subitem 11.10 devem ter sido implementadas preferencialmente, a partir de 1º de janeiro de 2021, mas serão aceitas propostas implementadas dentro do período máximo de dois anos anteriores à publicação deste edital.’. Considerando que para esses itens, a nota de corte é 1º de janeiro de 2021, as licitantes podem considerar dois anos a partir desta data? Sendo a data de corte máxima em 1º de janeiro de 2019.”

Resposta: Muito embora o edital se refira à data de 1º de janeiro de 2021 como preferencial, no sentido de as licitantes apresentarem peças e materiais mais recentes, esta data não se trata de uma “nota de corte”, pois consoante o disposto no edital, subitens 11.8.1.1 e 11.10.1, serão aceitas peças e/ou materiais referentes ao Repertório, bem como as propostas que integram os Relatos de Soluções de Problemas veiculadas, expostas, distribuídas e/ou implementadas dentro do período máximo de dois anos anteriores à publicação do edital. No presente certame, tendo em vista a republicação do aviso da licitação, a data de referência é o dia 10/12/2021.

Curitiba, 22 de dezembro de 2021.

Comissão Especial de Licitação/SECC

¹ Fonte: CENP em revista. Ano 17/nº 77/Setembro 2021. Disponível em www.cenp.com.br.