

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2021/SECC

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

Respostas aos pedidos de esclarecimentos recebidos do dia 23/12/2021 até as 12hs do dia 13/01/2022 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:

“No briefing consta a informação:

‘O período em que a referida campanha deve ir ao ar são seis meses.’

Pergunto: Em 2022, teremos as eleições Estaduais / Federais, e com isso, a partir de julho teremos as limitações do período eleitoral para a publicidade. Para o nosso exercício podemos trabalhar com uma data fictícia, descartando as limitações do período eleitoral?”

Resposta: Sim, por se tratar de uma campanha simulada, poderão as licitantes desconsiderar as limitações impostas à publicidade institucional pela legislação eleitoral.

Pergunta n. 2:

“No item 11.8 repertório. É permitido apresentar uma peça de não mídia em formato *videocase* contendo a explicação da proposta e o engajamento obtido?”

Resposta: Não. Conforme subitem 11.8.2 do edital, a explicação sobre cada peça e/ou material apresentado deverá constar em ficha técnica, com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

Pergunta n. 3:

“Ainda sobre o item 11.8 - repertório. A licitante pode apresentar um material produzido, assinado e veiculado por ela mesma?”

Resposta: Os materiais apresentados a título de repertório, bem como os que constituem os Relatos de Solução de Problemas de Comunicação Publicitária, devem se referir a trabalhos elaborados pela agência a seus clientes. Nessa linha, dispõe a Lei Federal nº 12.232/2010, art. 6º, III c/c art. 8º: “Art. 6º A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2º, e às seguintes: (...) III - a proposta técnica será composta

de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente; (...) Art. 8º O conjunto de informações a que se refere o inciso III do art. 6º desta Lei será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele **realizados para seus clientes**". (grifou-se)

Logo, se a pergunta se refere a trabalhos realizados pela agência em benefício próprio, a resposta é negativa.

Pergunta n. 4:

"De acordo com o subitem 7.6 do edital, a licitante deverá apresentar na sessão de abertura, declaração conforme modelo do ANEXO III (que reúne condições de habilitação exigidas no edital). Poderia a comissão de licitação esclarecer de que forma a referida declaração deverá ser entregue? Fora ou dentro de algum dos envelopes?"

Resposta: De acordo com o que dispõe o subitem 7.6 do edital e em consonância ao art. 84, §2º, da Lei Estadual nº 15.608/2007, a Comissão Especial de Licitação exigirá do representante legal do licitante, na abertura da sessão pública, declaração, sob as penas da lei, de que reúne as condições de habilitação exigidas no edital, conforme modelo constante no Anexo III. Sendo assim, tal declaração deverá ser apresentada pelos licitantes logo no início da sessão, quando do credenciamento de seus representantes. Não deve, portanto, ser inserida em nenhum dos invólucros das Propostas ou dos Documentos de habilitação.

Pergunta n. 5:

"Considerando que um dos públicos-alvo da campanha são os empresários/investidores, e uma vez impactados irão procurar aprofundar informações, perguntamos: Qual é o endereço eletrônico (site) para o qual a campanha deverá endereçá-los?"

Resposta: O endereço eletrônico que poderá ser utilizado nas campanhas simuladas é o www.parana.pr.gov.br.

Pergunta n. 6:

"A INVEST PR tem em seu site um e-book (pdf) com informações para investidores, no link:

http://www.investparana.org.br/sites/portal-empendedor/arquivos_restritos/files/documento/2020-10/Invest%20Parana%2027.10.20.pdf

As Licitantes podem considerar esse material, como aproveitamento, em seus respectivos planejamentos de campanhas?"

Resposta: Não. Conforme consta no edital, subitem 11.3, e de acordo com o que dispõe a Lei Federal nº 12.232/2010, art. 6º, III, "O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e estratégia de Mídia e Não Mídia, **deverá ser elaborado com base no Briefing constante no Anexo I deste**

edital”. (grifou-se)

Pergunta n. 7:

“O item 11.3.3, que trata sobre a apresentação das peças, não cita o tamanho das peças que podemos apresentar. Podemos entender que a escolha fica a critério das participantes?”

Resposta: Não há tamanho definido para as peças e materiais utilizados como exemplos dentro do quesito “Ideia Criativa”. No entanto, conforme dispõe o subitem 11.2.4.1, essas peças devem adequar-se às dimensões do invólucro nº 01, que são as seguintes: 710mm x 500mm x 28mm. Além disso, o subitem 11.3.3.3.5 dispõe que: “As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e/ou passe-partout, observando o disposto no subitem. 11.2.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro nº1 podem ser dobradas.”

Pergunta n. 8:

“Da mesma forma, não cita o papel que as peças devem ser apresentadas. Podemos entender que a escolha fica a critério das participantes?”

Resposta: Conforme resposta dada à Pergunta n. 10, apresentada previamente à realização na Audiência Pública e disponibilizada no arquivo https://www.comunicacao.pr.gov.br/sites/default/arquivos_restritos/files/documento/2021-11/perguntas_e_respostas_audiencia_publica_final_0.pdf”, bem como através do esclarecimento prestado na data de 22.12.2021 em disponível em https://www.comunicacao.pr.gov.br/sites/default/arquivos_restritos/files/documento/2021-12/respostas_pedidos_de_esclarecimento_10_a_22_de_dezembro.pdf”, as licitantes podem usar o papel que entender melhor para o acabamento de suas peças, desde que observadas as demais regras constantes no edital.

Pergunta n. 9:

“Ainda sobre esse assunto, o edital não cita a gramatura do papel que as peças devem ser apresentadas. Podemos entender que a escolha fica a critério das participantes?”

Resposta: Vide resposta anterior, fica a critério das licitantes a utilização do papel (tipo e gramatura) que entender melhor para o acabamento de suas peças, desde que observadas as demais regras constantes no edital, especialmente a que se refere à adequação das peças às dimensões do invólucro nº 01, bem como a relativa à vedação de inserção de qualquer informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada antes da abertura do invólucro nº 2.

Pergunta n. 10:

“As planilhas, tabelas e gráficos da Estratégia de Mídia e Não Mídia podem ter qualquer tamanho de margem?”

Resposta: Sim. O edital não fixa o tipo de formatação de margem para as tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia.

Pergunta n. 11:

“Ainda sobre as tabelas, podemos usar negrito?”

Resposta: Não há vedação para a utilização de fontes em negrito nas tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia. Ademais, conforme dispõe a Lei Federal nº 12.232/2010, art. 6º, XI, “na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação”. O edital ainda estabelece em seus subitens 11.2.3 e 11.2.3.1 que: “As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos de fontes habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores” e “As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto, poderão ser apresentados em papel A3 dobrado e poderão ser impressas na orientação paisagem.”

Pergunta n. 12:

“O Governo do Paraná tem como posicionamento a frase ‘Paraná, terra de gente que trabalha’. Ele deve estar presente na campanha a ser criada?”

Resposta: Não necessariamente. As licitantes podem livremente, dentro de sua proposta criativa, propor um outro *slogan*, desde que este não possibilite a identificação da agência, nos termos do item 11.2.5 do edital: “O plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro nº 2.”

Pergunta n. 13:

“A Subcomissão Técnica já está formada? Em caso positivo, quem são os membros integrantes?”

Resposta: Não. Os trâmites para a formação da subcomissão técnica estão sendo adotados e em breve a listagem com os nomes dos membros que serão escolhidos mediante sorteio será divulgada em tempo hábil e previamente ao certame, respeitada a disciplina da Lei Federal nº 12.232/2010 e o disposto no edital, item 18.

Pergunta n. 14:

“O edital prevê, e direciona o link de acesso, do manual da marca do Governo do Estado do Paraná. No entanto, não foi apontado o direcionamento quanto a utilização ou não do slogan atual: Paraná. Terra de gente que trabalha. Pergunta-se: O atual slogan deve ser mantido na assinatura da campanha a ser apresentada ou fica a critério da agência sugerir um novo?”

Resposta: Consoante resposta ao questionamento n. 12, as licitantes podem livremente, dentro de sua proposta criativa, propor um novo *slogan*, desde que não se identifiquem através deste.

Pergunta n. 15:

“1. De acordo com o trecho do edital abaixo:

11.3.4.3 Na referida simulação:

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

b) para os veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação, a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos;

b.1) para os fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação;

c) outros veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabela de preços e que não sejam considerados como formas inovadoras de comunicação não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação;

d) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

Pergunta: Está correto o entendimento de que para além dos nomes citados no item b.1) (são eles: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, e Youtube), a agência poderá incluir em sua simulação outros veículos que a mesma julgar serem formas inovadoras de comunicação em plataformas digitais, mesmo que estes também não atuem com tabela de preços? Como por exemplo: Spotify, Tiktok, mídias programáticas e outros que a agência julgar pertinência.”

Resposta: Sim. Conforme disposto no subitem 11.3.4.3, alínea *b.1*, a publicidade em plataformas digitais está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação, sendo que as redes sociais mencionadas foram citadas em caráter exemplificativo, sendo possível a agência propor outros meios de divulgação que também se insiram neste conceito.

Pergunta n. 16:

“O edital prevê: Somente pessoas físicas e jurídicas previamente cadastradas junto ao Cadastro Unificado de Fornecedores do Estado do Paraná/CFPR, poderão fornecer às contratadas, bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução dos serviços, objeto da presente licitação, nos termos do art. 14 da Lei nº12.232/2010. Pergunta-se: Na primeira sessão, onde será feita a entrega dos invólucros 1, 2, 3 e 4, a licitante deverá estar cadastrada no Cadastro Unificado de Fornecedores do Estado do Paraná/CFPR e apresentar o respectivo CRC ou apenas na entrega do invólucro 5 (documentos de habilitação)?”

Resposta: O Cadastro Unificado de Fornecedores do Estado do Paraná/CFPR não é condição de participação na presente concorrência. Mas, consoante determina o art. 1º, §4º, do Decreto nº 9.762/2013, com redação dada pelo Decreto nº 1.352/2015, o registro cadastral deverá ser providenciado pelas licitantes vencedoras do certame como condição para celebração do contrato (“§4º Para celebrar contratos administrativos na forma da legislação vigente, pertinentes à

aquisição de bens e serviços, inclusive de obras e publicidade, a empresa vencedora no certame deverá credenciar-se no GMS/CFPR, mantendo as condições de habilitação”).

Para as licitantes já cadastradas, de acordo com o subitem 16.4 do edital, o certificado de registro cadastral, emitido pela Secretaria de Estado da Administração e Previdência do Paraná/SEAP/PR, desde que válido e sem pendências, poderá substituir os documentos referentes à Regularidade jurídica e fiscal, exceto os itens "g" e "h" do subitem 16.2.2, quanto às informações disponibilizadas em sistema informatizado de consulta direta.

Ademais, durante a execução contratual, “Somente pessoas físicas e jurídicas previamente cadastradas junto ao Cadastro Unificado de Fornecedores do Estado do Paraná/CFPR, poderão fornecer às contratadas, bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução dos serviços, objeto da presente licitação, nos termos do art. 14 da Lei nº12.232/2010” (subitem 26.2 do edital).

Curitiba, 13 de janeiro de 2022.

Comissão Especial de Licitação/SECC