



LICITAÇÃO PRESENCIAL BRDE 2019/140

RESPOSTA A QUESTIONAMENTO 06

Objeto: Contratação de serviços de Propaganda e Publicidade, prestados necessariamente por intermédio de agência de publicidade.

Questionamentos encaminhados por: G/PAC Comunicação Integrada

1) Como definido em edital a primeira sessão pública será realizada no dia 09/06/2020 às 09h30min, no Auditório do BRDE, localizado na sede do BRDE em Porto Alegre / RS na rua Uruguai, nº 155 - 14º andar. Nossa questão é: como estamos vivendo uma pandemia mundial, onde as aglomerações e realizações de viagens não estão sendo recomendadas pelos governos, sejam estaduais ou municipais, podendo inclusive ser realizado o lockdown em algumas cidades, seria possível que esta sessão fosse realizada, além do formato presencial, também por videoconferência, onde fosse facultada a participação do representante legal por videoconferência conforme já ocorre em outras licitações?

Por exemplo:

- Onde os invólucros 01, 02, 03 e 04 são entregues por um portador no dia, local e horário definidos no edital. Já o representante legal da empresa é credenciado de forma on-line para participar através de vídeo conferência, podendo acompanhar e manifestar-se sobre o processo à distância, ficando tudo registrado em ata?

RESPOSTA: O adiamento da sessão está em análise, em breve divulgaremos a decisão.

2) No item 2.2.1.2, subitem d) do Anexo II, diz que “d) Devem ser considerados os custos de ações relacionadas (promocionais).” Porém, o item 2.3 do Edital diz que “Os serviços objeto da presente Licitação não abrangem qualquer outra atividade além das previstas neste Edital, em especial as de promoção, de patrocínio e de assessoria de imprensa, de publicações legais, e de relações públicas, assim como a realização de eventos festivos de qualquer natureza.”. Ou seja, se nossa interpretação estiver correta, como diz o item 19.2 do Edital, “No caso de eventual divergência entre o edital de licitação e seus anexos, prevalecerão as disposições do primeiro”, conclui-se que o subitem d) do item 2.2.1.2 do Anexo II deve ser desconsiderado, mesmo que os custos não possam ser inseridos, ou seja, as ações promocionais **não** poderão ser sugeridas pelas licitantes. Correto?

RESPOSTA: São situações distintas. O Item 2 do edital trata do objeto da licitação, ou seja, do que será efetivamente contratado. Já o Anexo II trata da proposta técnica, ou seja, uma simulação, que será avaliada na concorrência da licitação.

3) Apenas para confirmar: o item 2.10.1. do Anexo II diz que “As logomarcas e suas variações para aplicação nos leiautes das campanhas deverão ser obtidas no Manual de Identidade Visual do BRDE (MIV), disponível no site do BRDE”. No site do BRDE não localizamos o Manual de Identidade Visual, mas encontramos o Manual de Marca do BRDE



(com o nome de arquivo “Novo-Manual-de-Marca-BRDE.pdf”), bem como logos do BRDE em arquivos separados para download. Devemos utilizar estes materiais ou existe um outro arquivo chamado Manual de Identidade Visual (MIV)?

RESPOSTA: É o mesmo manual (<https://www.brde.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Novo-Manual-de-Marca-BRDE.pdf>)

4) Sobre o item 2.10.2 do Anexo II, quando cita “Eventuais slogans e motes publicitários para a produção das peças da campanha deverão ser compostos em fonte Arial”, fala sobre as frases que podem estar dispostas nas peças da Ideia Criativa. Como sabemos, esta questão também foi abordada na pergunta 1 do Questionamento 3, com a resposta: “Slogan ou mote são as assinaturas da campanha”. Porém, ainda nos permaneceu a dúvida de onde exatamente deve ser utilizada a fonte Arial nas peças da Ideia Criativa (se é apenas em frases específicas ou também em títulos, textos de apoio, etc). Ao analisarmos o Manual de Marca (entendendo que este é Manual de Identidade Visual citado na questão anterior), percebemos que ele possui um entendimento fácil sobre as fontes a serem utilizadas, bem como a diferenciação do que são os textos e slogan do BRDE. A determinação deste documento é que o slogan seja escrito na fonte DIN Bold e que “os materiais de BRDE utilizem a família tipográfica DIN fortalecendo a identidade da marca”. Para facilitar o entendimento das licitantes e evitar o erro, não seria melhor seguir o que está indicado no manual?

RESPOSTA: Conforme já respondido na Pergunta 1 do Questionamento 3, a exigência da utilização da fonte Arial é somente para a assinatura da campanha. Exemplo, “Evite gato na obra” é o mote/slogan/assinatura da campanha publicitária da empresa Tigre, independente da peça a assinatura não altera, o restante de títulos e frases de apoio não compreendem a exigência da fonte Arial.

5) Caso permaneça a orientação de que deva ser utilizada a fonte Arial nas peças da Ideia Criativa, para evitar erros das licitantes, pedimos por gentileza, que seja esclarecido exatamente onde esta fonte deva ser utilizada, como por exemplo:

- Definir que slogan é a frase/texto que acompanha junto da marca BRDE na assinatura de uma peça ou lay-out
- Mote publicitário são os demais possíveis textos que compõe uma peça criativa, tais como títulos de anúncios, ou frases que compõe a peça
- Ou, independentemente do texto, deva ser utilizada a fonte Arial.

Pedimos o esclarecimento por parte da comissão para elucidar esta questão.

RESPOSTA: Conforme já respondido na Pergunta 1 do Questionamento 3, a exigência da utilização da fonte Arial é somente para a assinatura da campanha. Exemplo, “Evite gato na obra” é o mote/slogan/assinatura da campanha publicitária da empresa Tigre, independente da peça a assinatura não altera, o restante de títulos e frases de apoio não compreendem a exigência da fonte Arial.

6) Complementando a questão anterior, também abordando o tema slogan: no item 7 do Anexo I (briefing), um dos tópicos diz que: “Dar uma nova roupagem à marca BRDE, **sem alterar logomarca e slogan, ...**”. Ao analisar o Manual de Marca do BRDE, a página 30 traz



como slogan do BRDE: “O Banco do Desenvolvimento da Região Sul”. Já o item 2.10.2. do Anexo II do Edital diz que “Eventuais slogans...” (dando a entender que pode haver variações). Se interpretamos corretamente, devemos utilizar o slogan que consta no Manual de Marca sem alterá-lo. Ou seja, ao assinarmos uma peça (Ex. anúncio revista), junto da marca BRDE deverá estar o slogan “O Banco do Desenvolvimento da Região Sul” e não podemos alterar este slogan. Pois trata-se do slogan que acompanha a marca. Está correta esta interpretação? Ou o slogan que vai junto a marca BRDE poderá ser alterado, criado nova versão?

RESPOSTA: O Slogan da Marca BRDE, que consta no Manual da Marca, não pode ser alterado. Porém o Slogan da campanha pode ser outro.

7) Mesmo com questionamento n° 03 e com a ERRATA N° 02, ainda nos restou a dúvida se deverá ser apresentado a documentação de Habilitação no mesmo dia marcado para a segunda sessão pública, uma vez que o edital prevê o recebimento do invólucro n° 05 (documentos de habilitação) somente as licitantes classificadas. Pois bem, se justamente a segunda sessão pública é para cotejo dos invólucros n° 01 (não identificado) com n° 02 (identificado) para constatar a licitante com melhor pontuação técnica, para em seguida abrir invólucro n° 04 (preço) e assim constatar a licitante de menor preço, definindo assim através da média ponderada as pontuações finais e com isto identificar as licitantes melhor pontuadas em ordem decrescente, entendemos que somente neste momento será possível saber quais licitantes alcançaram a nota mínima de 80 pontos exigidas na “parte técnica”. Pois, aquelas que não atingirem este mínimo de pontuação, serão desclassificadas conforme Anexo II – item 6.4.6 do edital. Perguntamos: para poupar trabalho desnecessário às licitantes que eventualmente podem não atingir o mínimo de 80 pontos no momento do cotejo, não seria mais oportuno solicitar o invólucro n° 05 somente às licitantes classificadas após a segunda sessão, agendando assim uma nova data e uma terceira sessão pública para entrega do invólucro n° 05 (documentos de habilitação)? Obviamente dando o devido prazo para emissão das certidões e documentos exigidos na fase de habilitação?

RESPOSTA: Todas as licitantes participantes deverão estar preparadas para apresentar os documentos de habilitação (entrega do envelope nº 05) na segunda sessão pública, evitando assim onerar desnecessariamente com viagens as empresas que não estão localizadas em Porto Alegre/RS.

Porto Alegre, 20 de maio de 2020.

Comissão Permanente de Licitações