



LICITAÇÃO PRESENCIAL BRDE 2019/140

RESPOSTA A QUESTIONAMENTO 13

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

Questionamentos encaminhados por: TEMPO BRASIL COMUNICAÇÃO E DESIGN LTDA

1) A alínea b do item 2.2.1.2 do Anexo II – Proposta Técnica: Elaboração e Critérios de Julgamento, pede:

b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

Pergunta: Devemos considerar o valor líquido dos veículos de comunicação, sem contemplar a comissão de agência? Exemplo: se o valor de tabela cheia de um anúncio é R\$ 100,00, o valor líquido sem comissão é de R\$ 80,00. Qual valor devemos considerar para esta simulação de mídia, o de tabela cheia R\$ 100,00 ou o valor líquido sem comissão de R\$ 80,00?

RESPOSTA: Tabela cheia, conforme Item 2.2.1.2, a) “Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação.

2) Os exemplos de peças e/ou material que deverão ser apresentados na Ideia Criativa estão limitados a 10 peças, das quais 4 obrigatoriamente voltadas para o meio digital/mídias sociais. Entende-se quem, esta quantidade de peças limita-se a apresentação de layout, que para a descrição da Estratégia de Comunicação Publicitária e da Estratégia de Mídia e Não Mídia poderemos apresentar número de peças que julgarmos necessárias para a execução de nossa proposta conforme o item 2.10.3 do Anexo II informa?

RESPOSTA: Sim, porém devem ser apresentadas em dois blocos, como especifica o Item 2.10.3.

3) No plano de mídia apresentado pelas agências é permitido que seja incluído rádios comunitárias sem fins lucrativos, rádios evangélicas que tenham propostas comerciais de veiculação ou somente será aceito rádios com enquadramento legal para fins comerciais?

RESPOSTA: Neste caso, o que tem que ser observado é a condição do veículo para receber pagamentos de empresa pública.

4) Os itens do Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia) deverão começar imediatamente após o término do item anterior ou em uma nova página?

RESPOSTA: Isso fica à critério da licitante, conforme descrito no Item 2.9 do Anexo II:

Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o **Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada** e seus subquestitos: [Raciocínio Básico](#), [Estratégia de Comunicação Publicitária](#), [Ideia Criativa](#) e [Estratégia de Mídia e Não Mídia](#).

5) Conforme alínea “c” do sub item 2.2.1.2, para esta licitação deverá ser desconsiderado os custos internos de criação e honorários. No caso de apresentação de um hotsite por exemplo, em que o valor cobrado basicamente é na maioria de criação (criação e programação), conforme já consta na tabela SINAPRO, para a tabela resumo da Estratégia de Mídia e Não Mídia, os valores desta peça, sem criação ficarão zerados, ou seja, esta peça seria apresentada sem custo nenhum. Devemos neste caso deixar na planilha este item relacionado, porém sem custo, uma vez que os custos internos de criação não devem ser informados?

RESPOSTA: Seguindo o exemplo proposto na pergunta, para a criação e programação de hotsite ser considerada um custo interno, a agência licitante deve ter o CNAE próprio, caso contrário deverá contratar um fornecedor. Sendo assim, tendo a atividade relacionada em seu CNPJ, poderá estar zerado o custo na planilha.

6) Existe uma tabela padronização da tabela resumo que deverá ser apresentada na Estratégia de Mídia e Não Mídia ou apresentamos um modelo que melhor acharmos adequado, constando as informações exigidas no edital?

RESPOSTA: Não existe uma tabela padronizada.

7) Ainda referente a Estratégia de Mídia e Não Mídia, as tabelas e gráficos integrantes deste item, deverão ser apresentados no formato que dispõe o item 2.3 do Anexo II ou deverão ser apresentados no formato do invólucro padronizado fornecido pelo BRDE (A2)? Deverão ser numerados em sequencia do Plano de Comunicação Publicitária?

RESPOSTA: Deverão ser apresentados como dispõem os Itens 2.3 e 2.5 do Anexo II. Quanto a numeração, está disposto no Item 2.3 g), pois a Estratégia de Mídia e Não Mídia é um subquestito do Plano de Comunicação Publicitária.

8) Os exemplos de peças da Ideia Criativa poderão ser apresentados em mais de uma página, caso necessário? Por exemplo, a apresentação de um storyboard de um VT com várias páginas ou um site que tenha varias telas. Favor esclarecer esta questão.

RESPOSTA: Poderão, porém se deve observar as alíneas de a) a j) do Item 2.10.5 do Anexo II, onde está definido quando será considerado apenas uma peça e quando será considerado mais de uma peça.

9) A alínea g do item 2.10.5 diz que “Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças”. Caso a agência optar por apresentar nos exemplos de peças um storyboard de um VT de 30” e um hotsite contendo esse mesmo VT, quantas peças serão computadas? 2 (1 VT + 1 hotsite) ou 3 (1 VT + 1 hotsite+1VT)?

RESPOSTA: 2.



10) Item 10.3 pode ser utilizado numerador manual ou feito a mão? Ou somente numeração via computador?

RESPOSTA: Numeração via computador.

11) Para o item 10.5, d.1 sobre apresentar o balanço dentro da forma da lei, registrado ou autenticado já Junta Comercial. Algumas empresas já não se enquadram mais neste formato, sendo:

As empresas que utilizam o Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, que é regulamentado pela IN RFB nº. 787/2007, e se optantes pela entrega de sua Escrituração Contábil Digital (ECD), poderão comprovar com a impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema? Reforçamos que empresas que utilizam SPED não podem usar outro meio de gerar seus balanços e entendemos que este formato se enquadra com a exigência subitem c.4. Os documentos abaixo são suficientes para tal comprovação ou para este caso deverá ser diferente?

- termo de autenticação com o identificador;
- balanço patrimonial e demonstrações contábeis;
- termo de abertura e encerramento;
- recibo de entrega de Livro Digital.

RESPOSTA: Sim, são suficientes.

12) Quais foram os documentos exigidos para inscrição dos membros externos que compõem o os profissionais da subcomissão que não mantém vínculo funcional ou contratual com o BRDE se cadastrarem?

RESPOSTA: Foram solicitados os seguintes documentos: Diploma de conclusão em curso superior de graduação ou de pós-graduação (stricto sensu ou lato sensu), na área de comunicação, publicidade ou marketing, fornecido por instituição de ensino superior reconhecida pelo Ministério da Educação, devidamente registrado; ou comprovação, através de vínculo empregatício ou outro documento hábil, de que atua na área de comunicação, publicidade ou marketing; Cópia de Cédula de Identidade ou documento equivalente com foto; Comprovante de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas – CPF e Cópia da Carteira de Trabalho (CTPS) ou equivalente.

13) Em qual data foi publicado ou será a lista com os nomes dos inscritos conforme determina o edital?

RESPOSTA: A lista foi publicada em 03/12/2019.

14) Em conformidade com a lei 12.232 gostaríamos de receber a lista de todos os nomes que se candidataram para o sorteio dos membros da subcomissão.

RESPOSTA: O presente edital não está submetido a Lei 12.232. A lista de participantes do sorteio está disponível no site do BRDE.

15) Quando será feito o sorteio da subcomissão conforme estipula o edital e como será



transmitido?

RESPOSTA: O sorteio foi realizado no dia 13/12/2019 às 14h no Auditório do BRDE em Porto Alegre/RS.

16) Qual será a atitude da Comissão Permanente mediante as agências que desrespeitarem o que exige o edital, principalmente no que compete a formatação de envelope 1 que não poderá ter identificação?

RESPOSTA: A Comissão de Licitações se manifestará de acordo com as disposições contidas no Edital.

17) O BRDE possui meios de comunicação próprios? Se sim, quais são eles?

RESPOSTA: Sim. Site, redes sociais (Facebook, Instagram e LinkedIn, com a assinatura @brdeoficial) e também canal no YouTube.

18) Para veículos de comunicação que possuírem diferença de valores em suas tabelas para Governo e para empresas privadas deve-se adotar qual tabela para o preço da mídia? Governo, Empresa Privada ou o menor valor?

RESPOSTA: Governo.

Porto Alegre, 2 de junho de 2020.

Comissão Permanente de Licitações