

Brasília, 31 de agosto de 2022

REF.: CONCORRÊNCIA N°. 03/2022 – CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Em atenção à solicitação apresentada, informamos o que segue:

Primeiramente, o Sesc é instituição com personalidade jurídica de direito privado, criada pelo Decreto Lei n. 9.853/46, regido por regulamentos próprios, formalmente aprovados pelos Decretos nº 60.344/67, nº 61.836/67 e pelos demais que vieram complementá-los e/ou alterá-los. A Instituição não tem fins lucrativos e não utiliza recursos federais.

Portanto, no âmbito dos processos licitatórios que realiza não se reporta diretamente à Lei Federal de Licitações, mas, especificamente, à Resolução Sesc nº 1.252/12, instituída para nortear tais certames.

Quanto aos pedidos de esclarecimentos encaminhados por e-mail em 25/08/2022, às 10h44; 26/08/2022, às 10h43; 30/08/2022, às 10h14 e 12h00, estes seguem de forma TEMPESTIVA, conforme disposto em Edital.

Questionamento 1: O item 6.3.2 do Edital, determina que “o plano de comunicação não pode ultrapassar 20 (vinte) laudas, com no máximo 30 (trinta) linhas cada lauda. Neste limite, não serão contabilizadas as peças da ideia criativa”.

Entendemos que os gráficos referentes às pesquisas de mídia, assim como as planilhas de programação e o quadro-resumo, também não fazem parte do limite de 20 laudas. Está correto nosso entendimento?

Resposta: Após consulta a área técnica, foi-nos informado que sim, o entendimento está correto.

Questionamento 2: Quais Recursos Próprios poderão ser utilizados na divulgação da campanha?

Resposta: Após consulta a área técnica, foi-nos informado que poderão ser utilizadas imagens reais das unidades do Sesc-DF, imagens e cenas das redes sociais e uso da logomarca.

Questionamento 3: Sobre o Repertório de Desempenho Técnico, entendemos que o período de produção e veiculação destas peças fica a critério das licitantes.

Está correto nosso entendimento?

Resposta: Após consulta a área técnica, foi-nos informado que sim, o entendimento está correto.

Questionamento 4: Sobre os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, entendemos que:

a) deverá ser elaborado em papel timbrado da licitante;

b) que o período de produção e veiculação desta campanha fica a critério das licitantes.

Está correto nosso entendimento?

Resposta: Após consulta a área técnica, foi-nos informado:

a) Não há obrigatoriedade, ficando a critério da licitante.

b) Sim, desde que atenda ao período do briefing estipulado para até 06 (seis) meses.

Questionamento 5: A data das tabelas de mídia que deverão ser usadas, é a data do Aviso de Licitação - 19 de agosto de 2022. Está correto nosso entendimento?.

Resposta: Após consulta a área técnica, foi-nos informado que sim, o entendimento está correto.

Questionamento 6: O edital não informa sobre a inclusão, na Estratégia de Mídia, de veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabela de preços. Desta forma, solicitamos esclarecimento sobre os veículos de novas tecnologias, como redes sociais e buscadores (ex.: Facebook, Google, Mídia Programática), que não trabalham com tabela de preços, mas sim com leilão de mídia. Estes veículos poderão ser incluídos na Estratégia de Mídia?

Resposta: Após consulta a área técnica, foi-nos informado que sim. Espera-se que, dentro da verba pré-determinada no briefing para a proposta de campanha, o valor de investimento deste tipo de mídia seja estimado.

Questionamento 7: As assinaturas dos cases e atestados de capacidade técnica poderão ser feitas de forma digital, utilizando-se plataformas como Contrato, Design, D4Sign, AdobeSign, entre outras?

Resposta: Após consulta a área técnica, foi-nos informado que sim, desde que sejam assinaturas digitais certificadas.

Questionamento 8: No edital, item 13. Julgamento das Propostas Técnicas (Envelopes A e C), letra c) Ideia Criativa - III - "A licitante que apresentar arquivos em pen drive de peças de rádio e TV deverá utilizar, respectivamente, as extensões ".mp3", ".mp4" ou ".wmv"; Serão aceitos monstros também para as peças digitais (internet e DOOH)?

Resposta: Após consulta a área técnica, foi-nos informado que sim.

Questionamento 9: Edital, item 13. Julgamento das Propostas Técnicas (Envelopes A e C), letra c) Atestado de Capacidade Técnica: I - cita as áreas de atuação "educação, cultura

e/ou esporte” c.2 - cita as áreas de atuação “esporte, saúde e/ou cultura” Devemos considerar as áreas de atuação citadas no item “I” ou no item “c.2”?

Resposta: Após consulta a área técnica, foi-nos informado que ambos serão considerados, ficando a critério da licitante.

Questionamento 10: Na elaboração das Propostas poderão ser utilizados negrito, itálico, sublinhado e caixa alta?

Resposta: Após consulta a área técnica, foi-nos informado que não.

Questionamento 11: Item 4.4, do Anexo 1, diz: “Serão analisadas as peças, materiais e/ou campanhas apresentadas até a pontuação máxima de cada quesito, ficando a Comissão de Avaliação Técnica isenta de prosseguir com avaliação nos demais atestados”. Entendemos que houve um equívoco na edição deste item e que as “peças e materiais” não se referem aos atestados de capacidade técnica. Está correto nosso entendimento?

Resposta: Após consulta a área técnica, foi-nos informado que sim, o entendimento está correto.

Questionamento 12: Como obter o Manual de Marca/Identidade do Sesc?

Resposta: Após consulta a área técnica, foi-nos informado que através do endereço:

<https://www.sescdf.com.br/SiteAssets/marca-sesc-df1/ManualMarcaSescatualizado2021.pdf>.

Questionamento 13: Nas 20 (vinte) laudas previstas para o Plano de Comunicação Publicitária devemos apresentar as listas comentadas das Peças Exemplificadas e Não Exemplificadas?

Resposta: Após consulta a área técnica, foi-nos informado que cabe à licitante apresentar, dentro da sua estratégia de comunicação publicitária (item 13.1.1 – quesito 1 item b), toda a defesa de pertinência do item de planejamento que dará subsídio à produção das peças exemplificadas e não exemplificadas, ficando a critério da agência listar ou não as mesmas.

Questionamento 14: Como podemos ter acesso à imagem do cartão Sesc/DF?

Resposta: Após consulta a área técnica, foi-nos informado que através do endereço digital <https://www.sescdf.com.br/credencial-sesc>.

Questionamento 15: No site <https://www.sescdf.com.br> estão disponibilizadas algumas versões da marca Sesc. Nelas, Fecomércio e Senac estão sempre presentes. Perguntamos:

- a) O exercício criativo deverá ser assinado com esta versão/conjunto de marcas?
- b) Como podemos ter acesso ao Manual da Marca?

Resposta: Após consulta a área técnica, foi-nos informado:

- a) Sim.

b) Já respondido no Questionamento 12.

Questionamento 16: O item a) Repertório de Desempenho Técnico, do Quesito 2 – Repertório, relatos de solução de problemas de comunicação e atestados, menciona que “A licitante deverá apresentar peças publicitárias, com descritivo (defesa), devendo contemplar:

I - 01 (um) Filme publicitário;

II - 01 (um) Spot de rádio (podendo ser jingle);

III - 01 (um) Anúncio de jornal ou revista;

IV - 01 (uma) Ação de internet (tais como hot site, marketing viral, web banner e outros);

V - 01 (uma) Mídia exterior (outdoor, mobiliário urbano, busdoor e outros);

VI - 01 (uma) Peça de DOOH; e

VII - 01 (uma) Peça de comunicação interna à escolha da licitante.”

Entretanto, os itens dos critérios de julgamento nos levam ao entendimento de que as peças publicitárias não podem ser avaliadas de forma isolada e, sim, dentro do contexto de uma campanha. Diante disto, entendemos que todas as 7 peças publicitárias deverão fazer parte de uma mesma campanha. Está correto nosso entendimento?

Resposta: Após consulta a área técnica, foi-nos informado que fica a critério da licitante.

Por fim, reiteramos a data de abertura do certame, qual seja dia **13/09/2022**, às 10h, na Sede do Sesc-AR/DF, situada no Setor de Indústria e Abastecimento - SIA, Trecho 02, Quadra 02, Lote 1.130, Térreo, Brasília/DF, CEP: 71.200-020.

Ozzyara dos Santos Lima
Supervisão de Compras
Coordenação de Compras e Contratos – Cocomp
Sesc-AR/DF