



PEDIDO DE ESCLARECIMENTO 012
(Conforme previsto no item 5 do edital de Concorrência 001/20)

Processo nº. 00055-00068095/2019-60

Objeto: A presente concorrência destina-se à obtenção de propostas para a contratação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral e, quando couber, de promover a venda de bens ou serviços.

Pedido 1: A redação do item 11.2 não informa: Ø Qual a medida do espaçamento permitido das margens superior e inferior das páginas dos sub quesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária? Ø Qual o padrão de numeração das páginas que devem ser numeradas em algarismos arábicos que será aceito ou se será de livre escolha das empresas Licitantes? Exemplo: simples ou “X de Y”? Será permitida a aplicação de recursos como negrito, itálico e sublinhado, caixa? Ø Qual a espessura do Espiral Preto que será aceito ou se será de livre escolha das empresas Licitantes? Ø Qual o padrão de impressão das páginas de textos que será permitido, exemplo: Somente na frente? Na frente e no verso? Ø Serão permitidas as variações de formato na apresentação da fonte dos textos, exemplos: normal, negrito, itálico e sublinhado? Ø Poderá ser utilizada a apresentação de letras maiúsculas em eventuais palavras dos textos ou planilhas e em títulos, subtítulos, entretítulos e intertítulos?, Ø Os títulos, subtítulos, entretítulos e intertítulos poderão ser apresentados em qualquer alinhamento? Exemplos: à esquerda, centralizado ou à direita?, Ø Citações serão permitidas? Se positivo, em qual formatação poderão ser apresentadas? Exemplos: alinhamento, tamanho, aspas, estilo itálico, cor etc?, Ø Serão permitidas notas de rodapé no corpo do texto?

Esclarecimento: O plano de comunicação deverá ser apresentado conforme prevê o item 11.2, 11.3 (e seus subitens) do edital de licitação.

Pedido 2: Solicitamos esclarecimentos adicionais em relação aos termos do subitem 11.3.3.3.4 | subquesito **Ideia Criativa:** Ø Como serão aceitas as apresentações das peças gráficas, já que no texto consta a possibilidade de apresentação com suporte ou ‘passe-partout’? As peças poderão ser apresentadas em ‘foam’, pvc, off-set? Com qual gramatura? Ø Favor informar se existe limitação em relação ao número de páginas para a apresentação do hotsite previsto na alínea ‘d’?

Esclarecimento: O plano de comunicação deverá ser apresentado conforme prevê o item 11.2, 11.3 (e seus subitens) do edital de licitação.

Pedido 3: Solicitamos esclarecimentos adicionais em relação ao termo “preferencialmente” utilizado nas redações dos subitens 11.8.8.1 | quesito **Repertório** e 11.10.1 | quesito **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (cases):** Ø Em nome do julgamento objetivo e em face que os denominados “critérios objetivos” de pontuação localizados no subitem 12.3.2; solicitamos que nos informe se - na eventualidade de alguma peça não cobrir o período referenciado (a partir de 2015), como será avaliado pela Subcomissão técnica? Ø Que o Detran | DF. informe qual o critério para a definição dessa limitação de tempo, já que tal prática - evidentemente, interfere e limita a participação efetiva de algumas empresas Licitantes.

Esclarecimento: Quanto ao termo preferencialmente deve-se ao fato de se ter uma peça mais próxima da atualidade, trazendo assim para a subcomissão repertórios mais próximos do que vem sendo executadas atualmente no mercado publicitário, as peças serão avaliadas conforme determinado nas letras F1 a G4.

Pedido 4: Sobre a veiculação em mídias sociais, questionamos: Ø Será permitido impulsionamento das mídias sociais ou somente as publicações de forma orgânica (recursos próprios do Detran | DF)?

Esclarecimento: Sim

Ø Poderemos utilizar na estratégia de mídia, veículos de comunicação que não possuem preço de tabela fixo e que não atuam com tabela de preços e sim comercialização no formato de leilão o como, por exemplo, o Facebook, Twitter, Google, LinkedIn, Instagram e mídia programática?

Esclarecimento: Quando da liquidação da despesa será necessário à apresentação , conforme item 11.2.3 da minuta do contrato (anexo IV)

Ø Acriação e o desenvolvimento de um Hotsite da campanha a ser apresentada na Proposta Técnica (alínea 'd' do subitem 11.3.3.3.6) podem ser considerados como objeto desta Licitação?

Esclarecimento: Sim

Ø Face a redação da alínea 'b' do subitem 11.3.4.3, que segue transcrita abaixo, perguntamos: Quais seriam esses veículos alternativos de comunicação comunitária impressa, falada, televisada e on-line sediados no Distrito Federal? "As despesas com publicidade do Poder Legislativo e dos órgãos ou entidades da administração direta e indireta do Poder Executivo [...], destinand o-se no mínimo, dez por cento do seu total para contratação de veículos alternativos de comunicação comunitária impressa, falada, televisada e on-line sediados no Distrito Federal"

Esclarecimento: no seguinte endereço: <http://www.secom.df.gov.br/cadastro-midia-alternativa/>

Pedido 5: Como no Edital não se encontra nenhuma discriminação dos recursos próprios de comunicação do DETRAN | DF., questionamos: Ø Quais são os recursos | veículos próprios de comunicação do DETRAN do DF?

Esclarecimento: Site oficial do DETRAN e intranet, redes sociais: facebook,instagram,twiter, flickr e youtube.

Pedido 6: Face que o Briefing | Anexo I e resposta ao questionamento 002 | 2020 informa que no exercício da campanha hipotética a ser apresentada pelas empresas Licitantes para cumprimento de exigência do subquesto Estratégia de Mídia e Não-Mídia, se deve usar como valor de referência o valor total do futuro contrato (R\$ 17.270,000,00), questionamos: Ø Que o DETRAN do DF. justifique tal prática de exceção, já que a quase totalidade dos editais de serviços de publicidade e propaganda em órgãos públicos no país determina que a campanha hipotética seja baseada em valores percentuais do total licitado e com prazo determinado (e não a totalidade da vigência contratual). Ø Tal procedimento inclusive - corretamente (e contraditoriamente), foi utilizado no Edital da Concorrência nº.: 001 | 2019 do próprio Governo do Distrito Federal e pacificamente aceito por todos os Tribunais de Contas do país.

Esclarecimento: Não existe lei específica que determine a extensão e o valor máximo que deverá ser solicitado pelo contratante na elaboração de um briefing, mas o DETRAN tomou como base o seu plano anual de publicidade. O Edital do DETRAN foi aprovado pela PGDF e TCDF.

Pedido 7: Face que o primeiro critério objetivo de julgamento do quesito CAPACIDADE DO ATENDIMENTO (subitem 12.3.2) faz referência ao "Porte, tradição e diversificação dos clientes atuais da Licitante", perguntamos: Ø Os membros da SubComissão Técnica irão julgar, avaliar e pontuar a proposta da agência ou seus clientes?

Esclarecimento: A Agência

Pedido 8: Face à peculiaridade da forma de cálculo de pontuação prevista no subitem 12.3.2.3, solicitamos que a Comissão Especial de Licitação nos envie um exemplo hipotético com a aplicação dessa fórmula de cálculo.

Esclarecimento: A pontuação será obtida conforme itens 12.3.2.3 e 12.3.2.4

Pedido 9: Que o DETRAN | DF. informe como os membros da SubCom irão julgar a veracidade dos valores apresentados pelas empresas Licitantes em seu subquesto Estratégia de Mídia e Não-Mídia?

Esclarecimento: o sorteio será realizado no dia 6 de julho.

Pedido 10: o DETRAN | DF. informe se será necessário a anexação das tabelas dos veículos dos veículos de comunicação nas propostas das empresas Licitantes, para que as mesmas comprovem, justifiquem e/ou defendam a economicidade, a veracidade, a credibilidade ou ainda a efetividade de tais valores.

Esclarecimento: Não