

ESCLARECIMENTOS

1 - O subitem 3.1.1 do Edital estabelece que o Envelope nº 1 deverá ser "lacrado com fita adesiva transparente 45mm x 45mm cobrindo todas as emendas do respectivo envelope". Está correto o entendimento de que o envelope deverá estar lacrado nas emendas superior e inferior, assim como nas emendas laterais?

No que tange ao item 01 informamos que o lacre deverá cobrir todas as emendas do envelope.

2 - O subitem 4.3.1 do Edital, que trata da Capacidade de Atendimento, não solicita a apresentação de informações sobre a infraestrutura da licitante, sua sistemática de atendimento e outras informações normalmente solicitadas em licitações deste tipo. Pergunta-se: além das declarações solicitadas no subitem 4.3.1.a e dos currículos solicitados no subitem 4.3.1.b, a licitante poderá apresentar outras informações sobre sua infraestrutura e sistemática de atendimento?

Sim, pode. Contudo, tais informações não serão utilizadas como critério extra de capacidade de atendimento ou desempate, ou seja, não implicará em qualquer forma de alteração na pontuação.

3 - Sobre os currículos solicitados no subitem 4.3.1.b, pergunta-se: a licitante poderá apresentar currículos de profissionais de outras áreas além daquelas listadas no referido subitem?

Sim, pode. Contudo, os currículos de profissionais de outras áreas não serão utilizados como critério extra de capacidade de atendimento ou desempate, ou seja, não implicará em qualquer forma de alteração na pontuação.

4 - O subitem 4.1.3 do Edital, referente à Ideia Criativa, permite a apresentação de layouts limitados ao número de 9 peças, 1 peça para cada um dos 9 meios listados nas alíneas "a" a "i". Já o subitem 4.1.3.1 menciona a apresentação de 10 (dez) peças. Pergunta-se:

- a) poderão ser apresentadas 9 ou 10 peças? **Fica limitado a 9 peças.**
- b) no caso de ser permitida a apresentação de 10 peças, a 10ª peça poder ser para qualquer meio de comunicação? **Não se aplica.**
- c) a assinatura dessas peças deve ser apenas o brasão do Município, utilizado, por exemplo, no website da Prefeitura, ou deve constar *algum outro elemento gráfico nas assinaturas das peças*? **A assinatura deverá corresponder à marca de governo (laranja), que pode ser acessada no seguinte link: www.pelotas.rs.gov.br/cidade/marcas**

5 - Ainda sobre o subitem 4.1.3, ele determina que não serão permitidos "layouts eletrônicos para TV e/ou rádio". Entretanto, o subitem seguinte (4.1.3.1) informa que "As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas em pranchas com no máximo 42x30 cm (formato A3) e as peças eletrônicas em CD ou DVD". Pergunta-se: poderão ser apresentados layouts eletrônicos para TV e/ou rádio - sim ou não?

Conforme prevê o item 4.1.3 (parte final) do Edital não serão permitidos layouts eletrônicos.

6 - O subitem 4.1.4.b do Edital, referente à Estratégia de Mídia e Não Mídia, determina a apresentação de "simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou material destinados à veiculação". O subitem seguinte (4.1.4.1), por sua vez, informa que "as peças previstas no subitem 4.1.3 deverão constar dessa simulação". Pergunta-se: somente as peças previstas no subitem 4.1.3 poderão constar da simulação do plano de distribuição ou a simulação do plano de distribuição poderá propor também outras peças além daquelas previstas no subitem 4.1.3?

Podem constar outras peças, porém não serão consideradas para avaliação. A obrigatoriedade refere-se às 9 peças.

7 - Quais são os canais de comunicação próprios do Município de Pelotas que podem ser utilizados para veiculação da campanha, tais como redes sociais, publicações internas da Prefeitura e outros(as)?

O município conta com os seguintes canais atualmente:

YouTube- <https://youtube.com/user/PrefPelotas>

Facebook- <fb.com/prefeituradepelotas>

Instagram-[Instagram.com/prefeituradepelotas](https://www.instagram.com/prefeituradepelotas)

Twitter-[Twitter.com/prefpelotas](https://twitter.com/prefpelotas)

Flickr-[Flickr.com/prefeituradepelotas](https://www.flickr.com/photos/prefeituradepelotas/)

WhatsApp - bit.ly/WhatsPel

Site - www.pelotas.rs.gov.br

8 - O subitem 4.1.4.3.a determina que os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser aqueles vigentes “na data da abertura da Licitação”. Pedimos que confirmem qual é essa data.

A licitação foi aberta no dia 10 de junho de 2022.

9- Subitem 4.1.4.b – as tabelas, gráficos e planilhas previstas neste item poderão ser editadas em papel A3, utilizando fontes e tamanhos de fontes habitualmente utilizadas para apresentações de tabelas de mídia – prática permitida em todos os editais de licitação de serviços de publicidade?

Sim. Ratificamos que a pontuação e avaliação pela subcomissão deverá considerar apenas os itens que constaram no edital. Ou seja, a proposta deve considerar obrigatoriamente as condições previstas em Edital, sendo que aquelas para as quais não há especificação busca-se incentivar para que seja apresentada nas melhores condições de qualidade e técnica.

10 - O Relato de Solução de problema de comunicação exigido no subitem 4.3.3 precisa ser referendado pelo cliente?

Sim, assim como a aprovação do serviço prevista no item 5.4.1 do edital.

11 - O subitem 4.3.3.1 determina a apresentação de 3 peças para acompanhar o Relato de Solução de problema de comunicação, mas não menciona nada sobre apresentação de fichas técnicas dessas peças. Pergunta-se: as fichas técnicas devem ser apresentadas ou estão dispensadas?

Não há obrigatoriedade de apresentar.

12 - O subitem 5.2, que trata da Proposta de Preços, menciona percentuais de remuneração e de descontos “constantes do Anexo 11”. O Edital, porém, não tem um “Anexo 11”. A qual Anexo este subitem se refere?

Houve equívoco na digitação, portanto não se trata de anexo 11. Deve ser considerado como “Anexo III”.

13 - Os subitens 5.3.4.1, 5.3.4.2 e o Anexo V tratam do Tratamento dos Direitos Autorais, sendo que o Anexo V é um modelo de Declaração de Tratamento dos Direitos Autorais que deve ser apresentada junto com a Proposta de Preços. Estes subitens e o Anexo mencionados não estabelecem percentuais mínimos e máximos de remuneração que as licitantes poderão propor para as hipóteses neles descritas. Pergunta-se: quais são os percentuais mínimos e máximos que as licitantes poderão propor nessa Declaração?

Deverá estar contemplado na proposta todos os custos, incluído o que poderá ser praticado a título de tratamento dos direitos autorais conforme praticado no mercado.

14 - A respeito do subitem 4.1.4 (Estratégia de Mídia e Não Mídia), pergunta-se:

- a) as tabelas, gráficos e planilhas de mídia poderão ser apresentadas em formato A3? **Neste item não há limitação de tamanhos de formato de apresentação, sendo possível utilizar.**
- b) podendo ser as tabelas, gráficos e planilhas de mídia apresentados em A3, pode-se usá-las na posição retrato? **Sim**
- c) podendo ser as tabelas, gráficos e planilhas de mídia apresentados em A3, deve-se contar cada A3 como 1 ou 2 páginas? **Será considerada como uma página**
- d) as tabelas, gráficos e planilhas de mídia poderão ser coloridas? **Sim**
- e) o texto de justificativa das estratégias e táticas de mídia recomendadas tem limitação de páginas e/ou de linhas por página? **Não há limitação.**

Ratificamos que a pontuação e avaliação pela subcomissão deverá considerar apenas os itens que constaram no edital. Ou seja, a proposta deve considerar obrigatoriamente as condições previstas em Edital, sendo que aquelas para as quais não há especificação busca-se incentivar para que seja apresentada nas melhores condições de qualidade e técnica.

15 - No que se refere às redes sociais, devemos considerar mídia paga ou apenas orgânica? Ou fica a critério de cada licitante?

Fica a critério de cada licitante.

16 - A respeito do subitem 4.1.3.h (Mídias Digitais): Há limitações nas indicações de peças digitais? Podemos usar veículos e formatos ilimitados, ou há alguma regra a ser seguida?

O item seguinte, 4.1.3.1, limita em até 09 peças a serem apresentadas dentro dos nove itens possíveis, inclusive as mídias digitais. Este mesmo item explica as limitações de formato.

17 - A respeito do envelope fornecido pela Prefeitura de Pelotas, qual é a sua dimensão?

Tamanho A3 que será fornecido pelo Departamento de Compras e Licitações da Prefeitura Municipal de Pelotas.

18 - O item 4.1.5, letra "g", informa que todas as páginas do plano de comunicação devem ser numeradas. Essa numeração deve seguir a orientação da letra "F" do mesmo item, ou seja, Arial 12?

Sim, deve seguir todas as orientações do item.

19 - Quando o edital informa que os textos de Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação e Ideia Criativa devem ter linhas com no máximo 85 toques, estão considerados neste limite os espaços?

Sim, estão computados os espaços.

20 - No item 4.1.3, a Ideia Criativa solicita um texto de até 4 páginas com a "síntese da proposta conceitual contida na Estratégia de Comunicação Publicitária, expressa sob a forma de uma marca publicitária e uma redução de mensagem que pode ou não assumir a forma de um slogan". Perguntamos:

a) O que a Comissão entende por síntese da proposta conceitual? É um texto defendendo o conceito e a solução criativa adotada? **Sim, é o resumo da ideia contendo os conceitos e solução criativa.**

b) Deverá ser desenvolvida, conforme o item cita, uma marca publicitária para a campanha? **Sim, deverá ser desenvolvida uma marca publicitária.**

21 - O mesmo item 4.1.3 informa que os exemplos de peças devem ser apresentados sob a forma de “textos e roteiro digitados”, podendo ser anexados “layouts de anúncios, peças gráficas, outdoors, roteiro de spot de rádio ou storyboards de comerciais para TV”. Perguntamos:

a) É obrigatório que todas as peças sejam apresentadas sob a forma de textos, mesmo que também seja apresentadas em layout? Por exemplo, um anúncio: deve ser apresentado em texto + layout ou apenas o layout é suficiente? **Conforme disposto no item 4.1.3 as peças devem ser apresentadas sob a forma de textos e roteiros digitados. É possível a apresentação por layouts. Ou seja, a obrigatoriedade é referente ao formato em texto e roteiros, sendo facultativa a apresentação em layout.**

b) Os layouts estão limitados à lista mencionada no enunciado desta pergunta? Por exemplo, a lista não cita layouts para o ambiente digital ou redes sociais. Podemos entender que é equívoco na redação do edital e as licitantes podem apresentar layout para mídias digitais e redes sociais? **Os layouts estão vinculados ao que consta no enunciado e conforme seja aplicável aos meios citados no item. O item relaciona os meios que a licitante deve apresentar a campanha: a) Jornal b) Revista c) Cartaz d) Folder e) Rádio f) TV g) Outdoor h) Mídias Digitais (sites, newsletters, outros) i) Redes Sociais.**

22 - Ainda no item 4.1.3, é informado que os exemplos de peças estão limitados a uma para cada um dos seguintes meios: “jornal, revista, cartaz, folder, rádio, TV, outdoor, mídias digitais e redes sociais”. Limitando os exemplos a apenas um para cada meio dessa lista, temos o total de 9. No entanto, o item 4.1.3.1 diz que as agências devem “escolher e apresentar como exemplos 10 (dez) peças” da relação. Perguntamos:

a) Qual orientação deve ser seguida: 9 peças (uma para cada meio listado) ou 10 peças? **Uma peça para cada meio, totalizando 09 peças.**

b) Se for para apresentar 10 peças, a décima precisa fazer parte da relação do item 4.1.3 ou pode ser de outro meio? **Não se aplica**

c) Se for necessário desenvolver uma marca, ela será contada como peça dentro do limite estipulado? **Não será computada.**

23 - Sobre a apresentação das peças:

a) Elas devem ser apresentadas fora do caderno único (soltas)? **Sim, as peças não se aplicam ao caderno único.**

b) Pode ser usado prancha ou passe-partout para sua apresentação? **As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas em pranchas com no máximo 42x30cm (formato A3).**

c) Será permitida a utilização de papel especial, como couchê ou fotográfico?

Sim, não limitando a criatividade da agência nem sendo considerado como critério direto de pontuação.

d) Pode ser utilizado papel de qualquer gramatura?

Sim, não limitando a criatividade da agência nem sendo considerado como critério direto de pontuação.

e) Todas as peças da campanha podem ser no formato A3?

Sim, não limitando a criatividade da agência nem sendo considerado como critério direto de pontuação.

f) O item 4.1.3 diz que não são permitidos layouts eletrônicos para TV e/ou rádio. Já o item 4.1.3.1 informa que as peças eletrônicas devem ser em CD ou DVD. Será permitido layouts eletrônicos (monstros)? **Excetuados TV e/ou rádio, para os quais não são permitidos layouts eletrônicos, as peças eletrônicas em CD ou DVD podem ser apresentadas sob a forma de roteiro, leiaute e ou storyboard impressos, para qualquer meio, story-board animado ou animatic.**

Ratificamos que a pontuação e avaliação pela subcomissão deverá considerar apenas os itens que constaram no edital. Ou seja, a proposta deve considerar obrigatoriamente as condições previstas em Edital, sendo que aquelas para as quais não há especificação busca-se incentivar para que seja apresentada nas melhores condições de qualidade e técnica.

24 - Sobre a Estratégia de Mídia e Não Mídia, o edital não informa a orientação para o desenvolvimento do texto. Perguntamos:

a) Qual o limite de páginas? **Não há limite**

b) Será necessário seguir a orientação de 25 linhas com 85 toques? **Não se aplica.**

Ratificamos que a pontuação e avaliação pela subcomissão deverá considerar apenas os itens que constaram no edital. Ou seja, a proposta deve considerar obrigatoriamente as condições previstas em Edital, sendo que aquelas para as quais não há especificação busca-se incentivar para que seja apresentada nas melhores condições de qualidade e técnica.

25 - O item 4.1.4.1 informa que “as peças previstas no subitem 4.1.3 deverão constar dessa simulação” de Mídia. A campanha completa será formada apenas pelas peças do subitem 4.1.3 ou ainda é possível sugerir, para a estratégia como um todo, outras peças, mesmo que não sejam exemplificadas?

Podem constar outras peças, porém não serão consideradas para avaliação. A obrigatoriedade refere-se às 9 peças.

26 - Caso a campanha permita uma estratégia com outras peças não exemplificadas, além das 10 ou 9 mencionadas no edital, podemos considerar que formatos diferentes e ou/reduções de peças contem como uma peça cada? Ou diferentes formatos e/ou suas reduções constituem 1 peça apenas, como por exemplo: independente dos formatos de banner digitais, eles contam como “peça banner”?

O licitante deve apresentar 09 peças. Dentro das peças poderão estar exemplos de ideias dentro de cada meio.

27 - Ainda sobre as reduções e variações de formato e o número total de peças: um hotsite e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça? Um filme e o hotsite que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças? Um banner de internet e o hotsite por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças?

São 09 peças considerando a lista dos meios já citados. Dentro de cada peça, o licitante pode apresentar mais de uma solução, desde que respeitado o limite físico de 09 itens.

28 - As peças devem ser apresentadas com descrição para cotejo (exemplo: cartaz, anúncio, etc.)? Em caso de resposta positiva, essa descrição deve seguir as regras de formatação do item 6.2.1.2 do edital ou fica a critério da agência?

Não há item 6.2.1.2. Logo, a pergunta fica comprometida.

29 - Sobre as planilhas, tabelas e gráficos da Estratégia de Mídia e não Mídia, perguntamos:

a) Podem ser apresentadas em A3? **Sim**

- b) Podem ter páginas dobradas? **Sim**
- c) Podem ter qualquer formatação de margem? **Sim**
- d) Podem ter cores? **Sim**
- e) Podem ser apresentadas na orientação paisagem? **Sim**
- f) Podem ter fontes e tamanhos de fontes habitualmente utilizados nesse tipo de apresentação? **Sim**

Ratificamos que a pontuação e avaliação pela subcomissão deverá considerar apenas os itens que constaram no edital. Ou seja, a proposta deve considerar obrigatoriamente as condições previstas em Edital, sendo que aquelas para as quais não há especificação busca-se incentivar para que seja apresentada nas melhores condições de qualidade e técnica.

30 - O item 4.2 informa que a via identificada do Plano de Comunicação deve ser apresentada “sem o exemplo de peça da Ideia Criativa”. Podemos entender que a redação correta deveria ser “sem os exemplos de peças”, no plural, uma vez que é exigida a apresentação de mais de uma peça na Ideia Criativa? **Sim, a redação deve considerar o plural, uma vez que se refere às 09 peças.**

31 - Na Estratégia de Mídia e Não Mídia, podemos incluir mídia paga em canais que não apresentam valor tabelado, como redes sociais (Facebook, Instagram, etc.), programática e redes de pesquisa (Google)? Em caso de resposta afirmativa, devem ser consideradas a compra via fornecedor, ou compra direto com a plataforma (Google, Facebook)?

A empresa poderá apresentar a estratégia de mídia que melhor atender a prefeitura tanto economicamente quanto em alcance, engajamento ou outros fatores inerentes ao meio, observando as disposições legais acerca da matéria. Especialmente, se aplicável, o que diz respeito ao procedimento para contratação de bens e serviços especializados relacionados como atividades complementares da execução do objeto do contrato.

32 - No que tange o Envelope 3, a Capacidade de Atendimento e os Relatos também devem ser apresentados em cadernos individuais assim como o Repertório?
Não há exigência sobre o tema.

33 - Em relação à formatação do conteúdo da Capacidade e dos Relatos, o Edital não especifica fonte e tamanho, por exemplo, apenas para o Repertório. Neste caso podemos considerar como padrão o mesmo solicitado para este último caderno?
Não há exigência sobre o tema.

34 - Ainda sobre os Relatos, não são citados pelo Edital a forma de apresentação de peças eletrônicas, a apresentação de ficha técnica e o prazo de veiculação da campanha. O que devemos considerar?

O subitem estabelece o seguinte: deverá ser apresentado 1 (um) case de um cliente da licitante relatando em, no máximo, 2 (duas) laudas com até 25 (vinte e cinco) linhas de até, aproximadamente, 85 (oitenta e cinco) toques cada, a solução de comunicação encontrada. 4.3.3.1 O relato de solução de problema de comunicação deverá ser acompanhado de 3 peças que foram utilizadas no case apresentado.

Esses são os critérios estabelecidos, sendo que as informações apresentadas devem considerar todos os elementos necessários para avaliar as condições

técnicas que compreendem o relato de solução de problema de comunicação, a fim de avaliar sua viabilidade e eficiência.

35 - *Sobre a assinatura das peças da ideia criativa, devemos considerar como correta a utilização da assinatura institucional e turística contida no Manual de Identidade Visual e mais o brasão da cidade? Ou apenas o brasão de Pelotas deve ser usado nas assinaturas?*

A assinatura deverá corresponder à marca de governo (laranja), que pode ser acessada no seguinte link: www.pelotas.rs.gov.br/cidade/marcas

36 - *Quando o briefing fala “Reforçar que Pelotas é uma cidade boa para se viver, investir e visitar.” Podemos entender que outros públicos, fora da cidade de Pelotas, também podem ser atingidos com a mensagem da campanha através de meios como revista e/ou jornais de fora da cidade? Ou devemos falar somente para o público de dentro da cidade?*

A campanha pode atingir públicos de fora da cidade. Reforçamos que a campanha deve alcançar o desafio proposto “Reforçar que Pelotas é uma cidade boa para se viver, investir e visitar.”

37 - *O item 4.1.3 da Ideia Criativa cita os meios a serem contemplados na campanha. Podemos entender que o meio revista pode ser usado na apresentação das peças exemplificadas, tanto em sua versão on-line, como off-line?*

Sim, é possível.

38 - *O edital, em seu item 4.1.3 - Ideia Criativa, estabelece a limitação de somente uma peça por meio, elencando 9 (nove) meios para os quais as licitantes devem apresentar suas peças criativas. A seguir, entretanto, no item 4.1.3.1, é solicitado "escolher e apresentar como exemplos 10 (dez) peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar sua proposta de solução do desafio de comunicação"....*

Perguntamos: Qual critério as licitantes devem seguir? Apresentar nove peças conforme o item 4.1.3 ou dez peças conforme o item 4.1.3.1? Neste último caso, para qual meio apresentar a décima peça, dado que o item anterior limita a uma peça por meio?

Fica limitada a apresentação de 9 peças conforme os 9 meios citados no item 4.1.3.

39 - *Ainda no item 4.1.3.1, o edital estabelece que "As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas em pranchas com no máximo 42x30 cm (formato A3)". Temos diversas dúvidas quanto à exigência de pranchas. Primeiro, elas estão limitadas ao mesmo formato (A3) das peças gráficas. Assim, elas serviriam apenas para dar uma base rígida para as peças impressas. Todavia, as pranchas utilizadas para isso possuem espessura de diversos milímetros. Se levarmos em conta que as licitantes deverão apresentar pelo menos 5 peças em pranchas, é bastante provável que o envelope não comporte o seu acondicionamento. Segundo, as pranchas normalmente utilizadas pelas agências não possuem cor, espessura, peso ou mesmo material uniforme. Um são brancas, outras pretas. Existem pranchas que tem a celulose por base, outras são de material plástico ou similar. E o mais grave: No nosso entendimento, pranchas diferentes criam o risco de identificação dos envelopes da proposta técnica.*

Perguntamos: As pranchas, assim como os envelopes, serão fornecidos pela Licitante para garantir a padronização e o princípio da não identificação? Se não, qual formato, cor, material etc devem ter as pranchas? Sugerimos: Uma maneira de garantir que as peças tenham consistência é estabelecer a sua impressão numa gramatura de

papel maior e mais adequado que o sulfite para impressão em cor (por exemplo o papel couchê brilho 240 gramas).

De acordo com as exigências da Lei 12.232/10, os procedimentos que asseguram o sigilo da apresentação do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, são e serão rigorosamente seguidos pela Comissão Permanente de Licitações da Prefeitura Municipal de Pelotas. Os invólucros foram disponibilizados aos licitantes de forma isonômica. O conteúdo, observadas delimitações legais e do ato convocatório é de livre apresentação, não sendo temerária a apresentação de conteúdo diverso por cada licitante. A razoabilidade deverá ser considerada para elaboração das pranchas bem como o material da respectiva confecção de forma que sejam acondicionadas satisfatoriamente nos envelopes previamente fornecidos não comprometendo o sigilo do conteúdo.

40 - Em todos os itens da ideia criativa o edital estabelece uma limitação de número de páginas a serem usadas para a exposição da proposta. Em relação à Estratégia de Mídia e Não Mídia, item 4.1.4, esta limitação em relação aos textos não existe.

Pergunta: O número de páginas para apresentação da estratégia é livre? Ou a liberdade é apenas em relação às tabelas, gráficos e planilhas (como é de praxe em editais similares)? Nesse caso, qual o número de páginas do item 4.1.4?

Não há limitação.

Ratificamos que a pontuação e avaliação pela subcomissão deverá considerar apenas os itens que constaram no edital. Ou seja, a proposta deve considerar obrigatoriamente as condições previstas em Edital, sendo que aquelas para as quais não há especificação busca-se incentivar para que seja apresentada nas melhores condições de qualidade e técnica.