

Camila Cristina Kalef

De: Secom <secom@joinville.sc.gov.br>
Enviado: Qui 21/11/2019 18:05
Para: Suprimentos Saude <suprimentos.saude@joinville.sc.gov.br>
Assunto: ENC: esclarecimentos/ concorrência 01/2019
Modificado: Qui 21/11/2019 18:05
Anexos: Esclarecimentos.pdf

Boa tarde,

Para conhecimento.
Questionamento à Concorrência 01/2019.

Att.,

Rogério Kreidlow

Gerente - Matrícula nº 48151
Prefeitura Municipal de Joinville
(47) 3431-3280
www.joinville.sc.gov.br

-----Mensagem original-----

De: licitação cidade <licitacao@cidadepropaganda.com.br>
Enviado: Qui 21/11/2019 11:24
Assunto: esclarecimentos/ concorrência 01/2019
Anexo: Esclarecimentos.pdf
Para: Secom <secom@joinville.sc.gov.br>;
CC: Moacir Mansur de Carvalho <moacir@cidadepropaganda.com.br>;

À PREFEITURA MUNICIPAL DE JOINVILLE
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO
Ref.: CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2019

Esclarecimentos

1. O item 7. "DO CREDENCIAMENTO PARA PARTICIPAR DO CERTAME" não trata a respeito da apresentação do certificado do Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP no ato de credenciamento, somente no momento da Habilitação, conforme item 10, alínea n).

Segundo o art. 4º da lei 12.232/10, "Os serviços de publicidade previstos nesta Lei serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei no 4.680, de 18 de junho de 1965, e que **tenham obtido** certificado de qualificação técnica de funcionamento".

Conforme a leitura, o trecho grifado indica uma ação no passado, ou seja, as licitantes já devem ter obtido o certificado, e somente estas agências é que poderão se credenciar enquanto licitantes, já que é este o órgão legalmente reconhecido como fiscalizador e certificador das condições técnicas de agências de propaganda. A apresentação do certificado comprova que a agência está apta e possui tais condições. Apresentar o documento referido somente no ato de habilitação pode permitir que uma licitante não apta para prestar serviços de agência de publicidade possa participar das fases.

Qual a posição desta Comissão?

2. O item 8.6 trata da tabela que será o anexo único da proposta técnica. Sobre ela, perguntamos:

a) Como devemos entender e quantificar os custos “Internos”? Pontuamos que, normalmente, em licitações dessa natureza realizadas pelo país, os custos internos não são analisados na tabela de simulação de mídia e não mídia, mas sim na proposta de preços, facilitando, inclusive, a análise tão somente da aplicação da verba dentro da estratégia traçada e nos meios escolhidos.

b) Como devemos entender e quantificar os custos “Terceiros”?

c) Como devemos entender e quantificar os custos “Honorários”, já que a tabela não é a proposta de preços?

d) No item da tabela “Total dos custos de produção” estará incluso também a remuneração da agência como no “Total dos custos de veiculação”?

e) A alínea c) informa que “a tabela referida na alínea “b” deste item, **não poderá ser alterada quanto a sua estrutura e nomenclatura de seus itens**, e deverá ser preenchida apenas com números”. Neste caso, já que não vamos poder alterar a nomenclatura dos itens, significa dizer que os meios a serem utilizados na campanha serão necessariamente televisão, rádio, jornal, revista, outdoor, internet, impressos e outros?

Como devo entender “outros”?

Essa orientação não contradiz o informado no item 8.2.3, página 07, que diz que das seis peças, três serão mídia e três não mídia, visto que cinco dos meios apresentados na tabela (televisão, rádio, jornal, revista e outdoor) são necessariamente mídias?

Como devemos entender?

3. Para cada lote, as declarações constantes no item 9.1, alíneas a) a g) deverão estar todas em um único documento ou separadas alínea por alínea em folhas diversas?

4. A licitante poderá propor peças na Estratégia de Mídia e não Mídia além das apresentadas fisicamente dentro do rol de 6 peças principais (Ideia Criativa) como afirma o item 8.2.3? Em caso positivo, se a campanha prever outras sugestões de peças na Estratégia de Mídia e não Mídia, estas deverão constar no orçamento da tabela referida no item 8.6, alínea b)?

5. Já que não poderá ser apresentado layout em relação as peças que compõem a ideia criativa, a descrição das peças será em texto corrido, como os textos do Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e não Mídia, ou poderá seguir o estilo próprio da mídia, como por exemplo, em eventual caso de jingle, em linhas curtas, ou ainda em eventual caso de vt para televisão, em formato de roteiro (com divisão em imagem, texto, bg e lettering)

6. Sobre a tabela que irá como anexo único da Proposta Técnica, constante no item 8.6, alínea d.1) “A referida tabela, última página da proposta, deverá ser impressa na **parte superior da folha**, que não poderá ser numerada, com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda”.

Ela deverá estar totalmente centralizada na parte superior da folha, respeitando as margens direita e esquerda de 2cm, e deixando o restante da folha em branco? Como devemos entender essa orientação?

7. Sobre o envelope n. 2 – Plano de Comunicação Via Identificada deverá conter também as peças da Ideia Criativa, o item 6.1.4.2 informa que “deverá constituir-se em uma cópia da via não identificada com a identificação do proponente e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação do proponente, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado”.

Também deverão estar contidos nesse envelope os exemplos de peças da Ideia Criativa?

Atenciosamente,

**CIDADE PROPAGANDA E MARKETING EIRELI ME.
CNPJ/MF 06.955.452/0001-03**

**CARLOS MOACIR DE ATHAYDE MANSUR DE CARVALHO
Sócio/Diretor**



Remetente notificado por
[Mailtrack](#)

À PREFEITURA MUNICIPAL DE JOINVILLE
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO
Ref.: CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2019

Esclarecimentos

1. O item 7. “DO CREDENCIAMENTO PARA PARTICIPAR DO CERTAME” não trata a respeito da apresentação do certificado do Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP no ato de credenciamento, somente no momento da Habilitação, conforme item 10, alínea n).

Segundo o art. 4º da lei 12.232/10, “Os serviços de publicidade previstos nesta Lei serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei no 4.680, de 18 de junho de 1965, e que **tenham obtido** certificado de qualificação técnica de funcionamento”.

Conforme a leitura, o trecho grifado indica uma ação no passado, ou seja, as licitantes já devem ter obtido o certificado, e somente estas agências é que poderão se credenciar enquanto licitantes, já que é este o órgão legalmente reconhecido como fiscalizador e certificador das condições técnicas de agências de propaganda. A apresentação do certificado comprova que a agência está apta e possui tais condições. Apresentar o documento referido somente no ato de habilitação pode permitir que uma licitante não apta para prestar serviços de agência de publicidade possa participar das fases.

Qual a posição desta Comissão?

2. O item 8.6 trata da tabela que será o anexo único da proposta técnica. Sobre ela, perguntamos:
 - a) Como devemos entender e quantificar os custos “Internos”? Pontuamos que, normalmente, em licitações dessa natureza realizadas pelo país, os custos internos não são analisados na tabela de simulação de mídia e não mídia, mas sim na proposta de preços, facilitando, inclusive, a análise tão somente da aplicação da verba dentro da estratégia traçada e nos meios escolhidos.
 - b) Como devemos entender e quantificar os custos “Terceiros”?
 - c) Como devemos entender e quantificar os custos “Honorários”, já que a tabela não é a proposta de preços?
 - d) No item da tabela “Total dos custos de produção” estará incluso também a remuneração da agência como no “Total dos custos de veiculação”?
 - e) A alínea c) informa que “a tabela referida na alínea “b” deste item, **não poderá ser alterada quanto a sua estrutura e nomenclatura de seus itens**, e deverá ser preenchida apenas com números”. Neste caso, já que não vamos poder alterar a nomenclatura dos itens, significa dizer

que os meios a serem utilizados na campanha serão necessariamente televisão, rádio, jornal, revista, outdoor, internet, impressos e outros?

Como devo entender “outros”?

Essa orientação não contradiz o informado no item 8.2.3, página 07, que diz que das seis peças, três serão mídia e três não mídia, visto que cinco dos meios apresentados na tabela (televisão, rádio, jornal, revista e outdoor) são necessariamente mídias?

Como devemos entender?

3. Para cada lote, as declarações constantes no item 9.1, alíneas a) a g) deverão estar todas em um único documento ou separadas alínea por alínea em folhas diversas?
4. A licitante poderá propor peças na Estratégia de Mídia e não Mídia além das apresentadas fisicamente dentro do rol de 6 peças principais (Ideia Criativa) como afirma o item 8.2.3? Em caso positivo, se a campanha prever outras sugestões de peças na Estratégia de Mídia e não Mídia, estas deverão constar no orçamento da tabela referida no item 8.6, alínea b)?
5. Já que não poderá ser apresentado layout em relação as peças que compõem a ideia criativa, a descrição das peças será em texto corrido, como os textos do Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e não Mídia, ou poderá seguir o estilo próprio da mídia, como por exemplo, em eventual caso de jingle, em linhas curtas, ou ainda em eventual caso de vt para televisão, em formato de roteiro (com divisão em imagem, texto, bg e lettering)
6. Sobre a tabela que irá como anexo único da Proposta Técnica, constante no item 8.6, alínea d.1) “A referida tabela, última página da proposta, deverá ser impressa na **parte superior da folha**, que não poderá ser numerada, com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda”.

Ela deverá estar totalmente centralizada na parte superior da folha, respeitando as margens direita e esquerda de 2cm, e deixando o restante da folha em branco? Como devemos entender essa orientação?

7. Sobre o envelope n. 2 – Plano de Comunicação Via Identificada deverá conter também as peças da Ideia Criativa, o item 6.1.4.2 informa que “deverá constituir-se em uma cópia da via não identificada com a identificação do proponente e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação do proponente, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado”.

Também deverão estar contidos nesse envelope os exemplos de peças da Ideia Criativa?



Atenciosamente,

**CIDADE PROPAGANDA E MARKETING EIRELI ME.
CNPJ/MF 06.955.452/0001-03**

**CARLOS MOACIR DE ATHAYDE MANSUR DE CARVALHO
Sócio/Diretor**



Prefeitura de Joinville

RESPOSTA AO ESCLARECIMENTO SEI - SECOM.GAB/SECOM.NAD

CONCORRÊNCIA Nº 01/2019 - EDITAL SEI Nº 4918884/2019 - SECOM.NAD

Seleção e contratação de agências de publicidade e/ou propaganda, para a prestação de serviços de propaganda e publicidade, por lotes, para a administração direta e indireta.

ESCLARECIMENTO IV

À empresa CIDADE PROPAGANDA E MARKETING EIRELI ME.

Prezado Senhor,

Considerando o pedido de esclarecimento encaminhado via e-mail em 21 de novembro de 2019, às 11:24, encaminhamos resposta da área técnica, referente aos questionamentos realizados (itens 2 a 7).

No que diz respeito ao item 1, salientamos que a fase de credenciamento se destina a comprovação de representatividade do responsável pela empresa nos procedimentos realizados durante as sessões, assim como eventuais interposições de recurso, pedidos de vistas, entre outros. Assim, o credenciamento é a fase reservada à comprovação da condição de interessado ou a qualidade de representante do licitante, sendo que tão somente a pessoa credenciada, que atenda ao item 7.1 do Edital, poderá intervir no procedimento licitatório. Nesse cenário, ressalta-se que na referida fase não são analisadas as condições de habilitação da empresa, que serão verificadas em momento oportuno.

Sendo o que tínhamos para o momento, colocamo-nos à disposição para eventuais esclarecimentos.

Atenciosamente,

Camila Cristina Kalef
Comissão de Licitação - Portaria nº 13/2019



Documento assinado eletronicamente por **Camila Cristina Kalef, Servidor(a) Público(a)**, em 26/11/2019, às 12:33, conforme a Medida Provisória nº 2.200-2, de 24/08/2001, Decreto Federal nº 8.539, de 08/10/2015 e o Decreto Municipal nº 21.863, de 30/01/2014.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://portalsei.joinville.sc.gov.br/> informando o código verificador **5132333** e o código CRC **3C296FC4**.



MEMORANDO SEI N° 5120528/2019 - SECOM.GAB

Joinville, 25 de novembro de 2019.

Em resposta ao questionamento da empresa CIDADE PROPAGANDA E MARKETING EIRELI ME, conforme Anexo SEI 5108322, a Secretaria de Comunicação informa que:

2 -

- a) Custos internos são os custos de criação da agência, cuja referência de valores é a Tabela Referencial de Preços nº 41, do SINAPRO/SC.
- b) Custos de terceiros são os custos dos fornecedores de produtos ou serviços especializados relacionados à execução da campanha.
- c) Honorário é a comissão que a agência recebe ao contratar produtos ou serviços especializados relacionados à execução da campanha.
- d) Sim, está incluso.
- e) Outros são meios diferentes de televisão, rádio, jornal, revista, outdoor, internet e impressos.

3 – Resposta conforme item 6.1.6.2 do Edital nº 01/2019/SECOM.

4 – Resposta conforme item 8.2.3 do Edital nº 01/2019/SECOM.

5 - Resposta conforme item 8.2.3 do Edital nº 01/2019/SECOM e o Pedido de Esclarecimento 5075160.

6 – Resposta conforme item 8.6, alínea d.1) do Edital nº 01/2019/SECOM.

7 – Resposta conforme item 6.1.4 do Edital nº 01/2019/SECOM.

Atenciosamente,



Documento assinado eletronicamente por **Rodrigo Schwarz, Diretor (a) Executivo (a)**, em 25/11/2019, às 10:58, conforme a Medida Provisória nº 2.200-2, de 24/08/2001, Decreto Federal nº8.539, de 08/10/2015 e o Decreto Municipal nº 21.863, de 30/01/2014.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://portalsei.joinville.sc.gov.br/> informando o código verificador **5120528** e o código CRC **76A6BB7D**.

Av. Herman August Lepper, 10 - Bairro Centro - CEP 89221-005 - Joinville - SC -
www.joinville.sc.gov.br

18.0.101468-7

5120528v3