

BANRISUL LICITACOES

De: BANRISUL LICITACOES
Enviado em: sexta-feira, 8 de novembro de 2019 12:32
Para: 'licitacoescentro@gmail.com'
Cc: 'ilse@centro.com.br'
Assunto: ENC: Questionamentos Licitação Banrisul - nº 0000572/2019

À Centro Agência de Comunicação e Marketing

Prezados,

Segue abaixo em **vermelho** resposta aos questionamentos efetuados.

Atenciosamente,



Gerencia de Licitações e Compras
Unidade de Licitações e Compras
☎ (51) 3215-4510 | E-mail: banrisul_licitacoes@banrisul.com.br

 ANTES DE IMPRIMIR este documento pense em sua responsabilidade e compromisso com o MEIO AMBIENTE.

De: CPL Centro de Propaganda <licitacoescentro@gmail.com>
Enviada em: quinta-feira, 31 de outubro de 2019 15:27
Para: BANRISUL LICITACOES <BANRISUL_LICITACOES@banrisul.com.br>; Ilse - Centro <ilse@centro.com.br>
Assunto: Questionamentos Licitação Banrisul - nº 0000572/2019

Boa tarde

Solicitamos esclarecimentos referentes ao edital para escolha de 3 agências de publicidade:

- 1) No anexo II, página 8, em Plano de Comunicação Publicitária, item 2.10.2, b.2), o edital diz que é possível apresentar layout eletrônico ou monstro para rádio, internet e TV. Gostaríamos de saber o que caracteriza um "monstro" no entendimento da comissão. Quais as diferenças entre o monstro e o animatic, por exemplo?

R:Um monstro é um primeiro esboço do que será um spot, jingle ou filme. Trata-se de uma prova elaborada pelo estúdio ou agência publicitária. Um monstro de filme, por exemplo, pode conter trechos de outros filmes, músicas e locução, com a finalidade de ilustrar a ideia do roteiro.

Um animatic é um vídeo elaborado com as imagens do storyboard, que também pode conter música e locução. Na elaboração do animatic deverão ser observadas as disposições do item 2.10.2, "d", do Anexo II ao Edital.

- 2) No anexo II, página 9, em Capacidade de atendimento, item 3, 3.1, b), o edital solicita a quantificação e qualificação dos profissionais que estarão à disposição da execução do contrato. Questionamos:

a) Entendemos que os documentos solicitados para comprovação da experiência (depois descritos na página 6 do Termo de Referência) tem o objetivo de comprovar os anos de experiência de cada

profissional no mercado e não suas diversas experiências/cargos ocupados ao longo dos anos. Está correto?

Desta forma, podemos apresentar apenas o registro mais antigo, por exemplo? Ou seria necessário apresentar cópia de todas as páginas que comprovam suas experiências ao longo do tempo?

R:A comprovação do referido currículo resumido da equipe técnica deverá ser feita por qualquer documento hábil a essa finalidade, de acordo com a situação a ser comprovada (formação acadêmica, experiência, cursos de extensão, etc). Elencar tais documentos, de forma taxativa, significaria limitar injustificadamente a participação dos concorrentes, pois tornar-se-ia inviável abranger as variadas possibilidades (diplomas, certificados, contratos de trabalho, dentre outros). Por sua vez, o item 17.2 do Termo de Referência, Anexo XIII ao Edital, exemplifica que “A comprovação de experiência poderá ser através de CTPS - Carteira de Trabalho e Previdência Social, contratos de trabalho, ou outro documento hábil a referida comprovação”.

As informações que constarão nos currículos resumidos, devidamente comprovados, ficam a critério do licitante.

b) No caso de profissionais que atuam (ou atuaram no mercado publicitário em algum momento) como PJ, sem carteira assinada, o que a comissão entende como documento possível para comprovar sua experiência? O contrato atual de trabalho desde que atenda ao tempo mínimo de experiência solicitado no edital é o suficiente?

R:Atentar à resposta do item anterior.

c) Na planilha de avaliação da capacidade de atendimento, anexo V, página 18, o edital mostra que para atingir a nota máxima, seria preciso ter 12 profissionais dentro das especificações definidas. Caso a agência apresente um número superior de profissionais com estas qualificações, como se dará a pontuação? Será a mesma?

R:Conforme consta no referido item 3, 3.1, “b”, do Anexo II ao Edital, no sub quesito “equipe” deverão ser incluídos todos “os profissionais que estarão à disposição da execução dos serviços do Banco”.

Quanto à pontuação a ser atribuída à equipe está correto o entendimento desse consulente de que “para atingir a nota máxima, seria preciso ter 12 profissionais dentro das especificações definidas”.

3) No anexo II, item 5, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, página 11, subitem 5.2.3., o edital fala sobre a necessidade dos cases serem formalmente referendados pelos respectivos clientes. Questionamos:

a) É possível apresentar um case de um ex-cliente desde que o trabalho tenha acontecido a partir de 01/08/2014?

b) Caso a pessoa que foi responsável pelo trabalho no cliente não seja funcionária da empresa atualmente, sua assinatura terá validade?

c) Caso o funcionário atual da empresa que assina o case não fizesse parte do quadro de funcionários na época da execução do projeto, sua assinatura terá validade como representante da empresa?

R:Conforme consta no item 5.2, os relatos de soluções de problemas de comunicação, deverão descrever soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação, planejadas e propostas pela licitante e implementadas por seus clientes em data a partir de 01.08.2014. O edital não exige tratar-se de cliente atual.

Quanto ao referendo do cliente ao Relato apresentado, a consulente deverá atentar para os formalismos constantes no referido item 5.2.3 do Anexo II ao Edital.

4) No anexo V, página 18, no item da planilha de avaliação que fala sobre a relação de clientes, temos dúvida em relação ao "Nível A".

Para caracterizar a atuação nacional dos clientes, o edital pede materiais de TV veiculados em rede nacional ou no mínimo 10 estados. Esta veiculação deve ser comprovada de alguma forma ou apenas descrita no texto. Caso seja preciso anexar comprovantes, serão aceitos quais tipos de documentos? É preciso anexar PI ou um email do veículo seria suficiente, por exemplo?

R:A forma de apresentação do subquesto “Relação de Clientes” está definida no subitem 3.1, “a”, do Anexo II ao Edital.

5) No anexo II, plano de comunicação publicitária, item 2.12 da página 8, o edital orienta que eventuais slogans e motes publicitários para a produção das peças da campanha deverão ser compostos de fonte arial. Esta orientação se refere à todos os textos utilizados nas peças da campanha publicitária a ser apresentada? Todas as peças devem ter seus textos escritos em fonte arial?

R:O Edital limitou-se a estabelecer a fonte a ser utilizada em eventuais slogans e motes publicitários para a produção das peças da campanha (“fonte arial”).

obrigada

Amanda Peçanha

Centro - Agência de Comunicação e Marketing