

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL – SENAC/PR

SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO – SESC/PR

CONCORRÊNCIA Nº 01/2024

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PARA O SENAC/PR E O SESC/PR

Referente aos questionamentos recebidos até o momento, tem-se a informar e esclarecer o que segue:

QUESTIONAMENTO 01:

“No item 6.7.3 Ideia Criativa, especifica: “campanha publicitária com exemplos de peças e/ou material que corporifiquem objetivamente sua proposta de solução...”. e no briefing item 7 cita peças on-line e off-line, material de relacionamento, etc. Porém, em nenhum dos itens tem a definição de quantas peças devem ser corporificadas pelas licitantes.

Solicitamos, para efeito de isonomia do certame, informar quantas peças publicitárias corporificadas podem ser apresentadas.”

RESPOSTA: Vide ERRATA.

QUESTIONAMENTO 02:

“No item 4.2. O invólucro destinado ao acondicionamento da Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária (ENVELOPE Nº 01) deverá ser um envelope do tipo ‘bolha’, papel kraft, com as seguintes dimensões aproximadas: 37cm x 47cm.

4.2.1 O Envelope nº 01 deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação fechado/lacrado e sem nenhum tipo de informação, marca, sinal, etiqueta, palavra, ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Envelope nº 02, que contém sua via identificada, sob pena de desclassificação.

Na última licitação em 2020, era período de pandemia e, portanto, dificultava a entrega dos invólucros 1 para as licitantes. Mas agora não seria melhor o Senac/PR fornecer um invólucro padronizado para evitar problemas como diferença na cor, marca do fabricante, etc. que possam identificar as licitantes no momento da entrega? Ou senão definir a marca, para que todas comprem o mesmo envelope.”

RESPOSTA: O invólucro destinado ao acondicionamento da Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária deverá ser providenciado pelas licitantes. E para que não haja identificação, deverão ser estritamente observadas as especificações constantes do item 4.2 do Edital. Sugerimos a utilização do envelope da marca Spiral:

https://www.kalunga.com.br/prod/envelope-com-revestimento-polibolha-34-x-46cm-spiral-pt-10-un/149091?cq_src=google_ads&cq_cmp=17963792319&cq_con=&cq_term=&cq_med=pla&cq_plac=&cq_net=x&cq_pos=&cq_plt=gp&pclD=3921&gad_source=1&gclid=CjwKCAjwreW2BhBhEiwAavLwfHHmAXH jt Lt xbcErhr9dg N-wrOaWS Pv8FVZQAe4LIPJla8M2RoCk3oQAvD BwE.

QUESTIONAMENTO 03:

“No anexo I – Briefing – item 6. Verba:do exercício de mídia deve constar valores brutos e sem descontos dos veículos de comunicação (uma vez que os mesmos serão negociados posteriormente pela licitante vencedora).

4.1. As tabelas de preços dos veículos de comunicação devem ser vigentes na data do aviso da publicação do edital (setembro/2024)?

RESPOSTA: Sim, considerar as tabelas vigentes em setembro/2024.

4.2. As plataformas de comunicação digital, que atuam com sistema de preços por “leilão” e não por tabela de preços, podem ser utilizadas para cumprir o que pede no briefing item 7, peças on-line. E os valores (preços) simulados nas plataformas devem ser projetados para “valores bruto”. Está correto o nosso entendimento?”

RESPOSTA: Sim, está correto o entendimento.

QUESTIONAMENTO 04:

“No item 6.9.1.1 Capacidade de Atendimento e subitens.

As licitantes podem incluir fotos, logos e imagens?

RESPOSTA: Sim, podem ser incluídas fotos, logos e imagens.

QUESTIONAMENTO 05:

“No item 6.9.1.3 Relatos de soluções de problemas de comunicação, subitem b) Cada relato poderá ser instruído com 01 (uma) peça exemplificativa, a critério da licitante, desde que seu tamanho não exceda o de uma folha de papel A4. A peça não integrará a contagem do número máximo de caracteres do relato.

As licitantes podem apresentar peças eletrônicas finalizadas como spot para rádio, VT para TV? E pode ser em CV, DVD ou pen drive?”

RESPOSTA: Sim, podem ser apresentadas em Pen Drive.

QUESTIONAMENTO 06:

“No item 6.7.4 Estratégia de mídia e não mídia – o subitem “b” pede: simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará as peças e ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição e suas respectivas inserções, quantidades e custos nominais de produção e de veiculação, exposição ou distribuição.

Já no anexo I – Briefing – item 6. Verba: para o exercício de simulação para a avaliação da técnica do presente Edital, objetivo da campanha ora estabelecida, a licitante deve contemplar todos os custos necessários para sua realização, como criação, produção e mídia, até o valor de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais).

As licitantes podem desconsiderar os custos de criação na campanha simulada e seguir a orientação do item 6.7.4 - b (custos nominais de produção e de veiculação)?”

RESPOSTA: Na simulação os custos de criação podem ser desconsiderados, sendo mantidos apenas os custos de produção e de veiculação. Vide ERRATA.

QUESTIONAMENTO 07:

“No Briefing, item 7. Peças a desenvolver, informa que a campanha deve se constituir de: Identidade Visual da Campanha; Slogan; Peças on-line e off-line de livre escolha; Hotsite para captação dos interessados; Material de relacionamento; Plano de Mídia da campanha.

Considerando que no item 6. Verba, pede para contemplar custos com criação, é necessário estabelecer um critério para efeito de isonomia.

Faremos uma simulação dos valores da Tabela do Sinapro/PR vigente, que determina os valores referenciais de serviços internos, para demonstrar que a verba será quase toda para custo interno, o que inviabilizaria o plano de mídia da campanha. Levando em consideração que é uma licitação estamos contemplando todos os custos da tabela do Sinapro/PR necessário para a campanha.

Na simulação dos custos internos abaixo consideramos apenas 1 versão de cada peça on e offline.

Materiais/peças	Tabela Sinapro
Identidade visual	R\$ 38.501,00
Slogan	R\$ 55.001,00
Hotsite	R\$ 37.054,00
Material de relacionamento: ex email mkt	R\$ 5.819,00
Peças on-line: 1 de cada	
Post carrossel	R\$ 11.638,00
Post simples	R\$ 5.819,00
Anúncio display	R\$ 6.478,00
Adaptação (banner animado)	R\$ 2.842,00
Peças off-line: 1 de cada	
Anúncio 1/2 pg jornal	R\$ 6.589,00
Painel digital até 15"	R\$ 11.286,00
Filme 30" (TV, web)	R\$ 8.126,00
Spot 30"	R\$ 6.457,00
Folder até 6 páginas	R\$ 16.789,00
Subtotal	R\$ 212.399,00
Planejamento:	
Planejamento de comunicação (projeto básico)	R\$ 93.096,00
Planejamento de redes sociais	R\$ 47.187,00
Subtotal	R\$ 140.283,00
Total	R\$ 352.682,00

Considerando que o briefing define as cidades de Arapongas, Caiobá, Curitiba – Centro, Foz do Iguaçu, Jacarezinho, Ivaiporã, Londrina, São José dos Pinhais, Umuarama e União da Vitória e os cursos por cidade (técnico em informática e técnico em administração), sabemos que 1 versão de cada peça para on e off apenas, não atenderia o briefing e extrapolaria a verba de R\$ 400.000,00. Como se observa, ao valorar minimamente os custos de criação, não sobra verba para os custos com produção e veiculação, para um período de aproximadamente 4 meses.

Pelas razões expostas reiteramos a sugestão de eliminar-se a obrigação de apresentação dos custos de criação, também já exemplificado no questionamento 7, considerando inclusive que o custo de criação não é primordial para a análise dos projetos das licitantes, em conformidade com o estabelecido nos critérios de julgamento.”

RESPOSTA: Na simulação os custos de criação podem ser desconsiderados, sendo mantidos apenas os custos de produção e de veiculação. **Vide ERRATA.**

QUESTIONAMENTO 08:

“A matrícula dos alunos é presencial (nas sedes) ou pela Internet (qual o endereço eletrônico)?”

RESPOSTA: Há o processo de pré-matrícula online, por meio do site www.pr.senac.br/ensinomediointegrado, porém a confirmação acontece mediante entrega de documentos na Unidade.

QUESTIONAMENTO 9:

“E para obter as informações sobre os cursos, pode ser presencial nas sedes e pela internet?”

RESPOSTA: Sim, as informações podem ser obtidas por meio do site das Entidades (www.pr.senac.br/ensinomediointegrado e <https://www.sescpr.com.br/servico/ensino-medio-integrado-ao-tecnico-sesc-senac/>) e, também, nas Unidades.

QUESTIONAMENTO 10:

“Conforme item 3 do Briefing, as unidades que oferecem o Técnico em Informática para internet integrado ao ensino médio são:

SESC e SENAC ARAPONGAS

SESC e SENAC CAIOBÁ

SESC e SENAC CURITIBA - CENTRO

SESC e SENAC FOZ DO IGUAÇU

SESC e SENAC JACAREZINHO

SENAC LONDRINA CENTRO

SENAC SÃO JOSÉ DOS PINHAIS

SENAC UMUARAMA

SENAC UNIÃO DA VITÓRIA

E as unidades que oferecem Técnico em Administração Integrado ao Ensino Médio são:

SESC e SENAC IVAIPORÃ

SENAC LONDRINA NORTE

Vocês podem nos informar os endereços completos de cada sede acima?"

RESPOSTA: Os endereços completos estão disponíveis nos sites www.pr.senac.br e www.sescpr.com.br.

Curitiba-PR, 13 de setembro de 2024.

Comissão Especial de Licitação

QUESTIONAMENTO 11:

"Com relação a publicação da errata surgiu uma dúvida:

No item 6.7.3 foi incluído no mínimo 3 e no máximo 6 peças:

LEIA-SE:

6.7.3 Ideia criativa: campanha publicitária com exemplos de, **no mínimo 3 (três) e, no máximo 6 (seis)**, peças e/ou material que corporifiquem objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral(ais) e/ou específico(s), de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

E no item 7 do Briefing:

LEIA-SE:

7. Peças a desenvolver

O material desenvolvido deverá demonstrar a aplicação da campanha do Ensino Médio Integrado ao Técnico Sesc Senac, devendo se constituir de:

- ☒ Identidade Visual da Campanha;
- ☒ Slogan;

- ☑ Peças on-line e off-line de livre escolha, sendo, no mínimo, 3 (três) e, no máximo, 6 (seis) peças on-line e, no mínimo, 3 (três) e, no máximo, 6 (seis) peças off-line;
- ☑ Hot site para captação dos interessados;
- ☑ Material de relacionamento;
- ☑ Plano de mídia da campanha.

Entendemos que o correto é o item 7 da errata, onde podem ser apresentadas no mínimo 3 e no máximo 6 para o on-line e no mínimo 3 e no máximo 6 para o offline, totalizando no máximo 12 peças. Está correto?”

RESPOSTA: Está correto o entendimento. Vide esclarecimento à ERRATA.

QUESTIONAMENTO 12:

“O hot site e o material de relacionamento são itens a parte e não entram nessa quantidade, correto?”

RESPOSTA: Correto.

QUESTIONAMENTO 13:

“A peça corporificada na ideia criativa pode ter adaptação de formato no plano de mídia, exemplo banner de internet?”

RESPOSTA: Sim.

QUESTIONAMENTO 14:

“No plano de mídia é possível considerar mais peças do que a quantidade prevista na ideia criativa de on e off ou as licitantes devem considerar somente a adaptação de formato (quando for o caso)?”

RESPOSTA: Sim, é possível considerar mais peças, de acordo com a necessidade de aplicação do plano mídia.

QUESTIONAMENTO 15:

“No item 6.6.6.3 cita que as peças que compõem o Plano de Comunicação podem ser apresentadas soltas (sem grampo), em papéis especiais ou não, e de quaisquer gramaturas, com pranchas,

molduras ou passe-partout, desde que caibam no envelope sem deformá-lo. O papel pode ser formato A3?”

RESPOSTA: Sim. O papel A3 deverá ser dobrado ao meio para que caiba no envelope.

Curitiba-PR, 23 de setembro de 2024.

Comissão Especial de Licitação

SENAC/PR

Rua André de Barros, 750.
Curitiba – PR – CEP 80010-080
Fax (041) 3219-4715
www.pr.senac.br

SESC/PR

Rua Visconde do Rio Branco, 931.
Curitiba – PR – CEP 80410-001
Fax (041) 3304-2188
www.sescpr.com.br