



prefeitura de  
**PORTO ALEGRE**

**SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E PATRIMÔNIO**  
**UNIDADE PERMANENTE DE LICITAÇÕES - DLC/SMAP**  
**DOCUMENTO**

**Concorrência n.º 04/2021**

**Processo: 21.0.000016489-2**

**Objeto:** Contratação de **DUAS** empresas especializadas na prestação de serviços de AGENCIAMENTO de publicidade e seus desdobramentos, visando a divulgação de atos, programas, obras, serviços e campanhas de interesse público e comunitário do município de Porto Alegre.

Pedido de Esclarecimento Engenho de Ideias (documento SEI nº 15707874)

Resposta Gabinete de Comunicação Social - GCS/GP (documento SEI nº 15735751)

**QUESTIONAMENTO:**

1) Segundo o edital, item 2.9.4.2, "não é permitida a mídia de nenhuma outra peça publicitária, além das constantes na Ideia Criativa".

Em contradição a essa orientação, um dos esclarecimentos informa que outras peças podem ser sugeridas na estratégia, mas não serão avaliadas para fins de nota e não devem ser orçadas.

No mesmo documento, mais adiante, um questionamento pergunta se é possível sugerir ações ou peças de não mídia além das 7. A resposta foi que outras peças podem ser sugeridas, mas não serão avaliadas e não devem ser orçadas.

Para tornar o tema mais confuso, novo esclarecimento apresentou uma lista de peças referentes a recursos próprios da Prefeitura.

Ficamos em dúvida em relação a como proceder sobre essas orientações, uma vez que:

- O edital diz que não é possível fazer mídia de outras peças.
- O primeiro esclarecimento diz que podem ser sugeridas outras peças na estratégia como um todo.
- O segundo esclarecimento diz que outras peças podem ser sugeridas, mas apenas de não mídia.

Assim, perguntamos, para que não haja mais dúvidas:

- a) A Ideia Criativa está limitada às 7 peças, mas será possível sugerir outras peças além das 7 no planejamento de mídia? Sim ou não?
- b) Em caso de resposta positiva, as peças sugeridas além das 7 podem ser de qualquer tipo (jornal, mídia externa, etc.) ou apenas de não mídia?
- c) O que exatamente vocês entendem por "não devem ser orçadas"? Referem-se apenas a valores de produção ou também valores de mídia?
- d) Se for possível sugerir peças de qualquer tipo além das 7, seus valores de veiculação devem ser incluídos no plano de mídia? Sim ou não?

e) A informação sobre as peças não serem avaliadas diz respeito à Ideia Criativa ou também à Estratégia de Mídia? Caso também se refira à Estratégia de Mídia, como será possível avaliar a estratégia de apenas determinadas peças dentro um plano de mídia completo?

2) Ainda sobre as peças referentes a recursos próprios, como busdoor e relógios de rua, podemos entender que elas exigem apenas custos de produção, e não valores de veiculação?

3) O edital, no item 4.2, informa que os documentos das propostas “deverão ser entregues em envelopes separados, devidamente fechados”. Pela redação do item, entende-se que a orientação se refere também ao envelope 1. No entanto, o item 2.3, letra “b”, do Projeto Básico, diz que o envelope deverá ser “sem lacre”. Diante dessas informações contraditórias, questionamos: o envelope 1, via não identificada, deverá ser entregue aberto ou fechado?

4) O edital e os esclarecimentos trazem uma série de orientações quanto à formatação das planilhas de mídia. Por se tratar de anexo, com formatação distinta dos textos, questionamos: as planilhas, gráficos e tabelas de mídia podem ser apresentadas com margem livre?

5) Outro esclarecimento recente informou que a proposta deve ter “no máximo (02) laudas para cada defesa”. O mesmo documento, entretanto, traz uma resposta afirmando que a Estratégia de Mídia e Não Mídia deve ser de “até 30 linhas por página e não exceder três laudas de defesa”. Assim, questionamos: o texto da Estratégia de Mídia e Não Mídia, sem contar os anexos, pode ter no máximo 2 ou 3 páginas?

6) Solicitamos também, para que não haja divergências de interpretações, uma explicação mais aprofundada sobre a questão de que veículos digitais com preços em forma de leilão podem ser utilizados “desde que exista algum tipo de comprovação do preço apresentado”.

a) Será permitido utilizar representantes para este tipo de veiculação em redes sociais?

b) Será permitido utilizar representantes para mídia programática?

c) A forma de apresentação dos custos unitários de tabela desses representantes será aceita como documento de comprovação dos preços apresentados?

## **RESPOSTA:**

**1)**

a) Não.

b) Respondido acima.

c) Se não devem ser orçadas, não devem constar custos.

d) Não.

e) Os membros da subcomissão técnica só devem avaliar as sete peças descritas no projeto básico.

**2)** Sim, elas só devem constar custos de produção, no entanto, a produção de busdoors na Carris não tem custo para a prefeitura. E na frota existe um custo próprio para prefeitura. Informações no SEI 14965019.

**3)** Por se tratar de um questionamento atinente especificamente ao processo licitatório em si, deixo de responder.

**4)** Podem ser apresentadas com margem livre desde que estejam em anexos.

5) Apenas a estratégia de mídia e não mídia pode ter três páginas. A parte de anexos para comprovação fica livre.

6)

a) Sim, é permitido o uso de representante para aquisição de mídia social.

b) Sim, também é permitido representante para mídia programática.

c) Sim, a tabela de custos unitários desses representantes é aceita como comprovação de preços.



Documento assinado eletronicamente por **Wilson Pereira Ramos, Chefe de Unidade**, em 01/10/2021, às 11:15, conforme o art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006, e o Decreto Municipal 18.916/2015.



Documento assinado eletronicamente por **Tamires Barcellos Peron, Assistente Administrativo**, em 01/10/2021, às 11:33, conforme o art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006, e o Decreto Municipal 18.916/2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <http://sei.procempa.com.br/autenticidade/seipmpa> informando o código verificador **15778385** e o código CRC **87C2D382**.