



FOLHA DE INFORMAÇÃO

Concorrência Pública nº 006/2023
Processo nº TJ-ADM-2022/68910

Senhor Licitante,

O Núcleo de Licitação apresenta os esclarecimentos relativos à licitação em epígrafe, com a transcrição da resposta da área técnica demandante, conforme relacionamos a seguir:

Perguntas e Respostas:

QUESTIONAMENTO:

1) ESCLARECIMENTO 1 – NÚMERO DE PÁGINAS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO.

Anexo III – Requisitos para Julgamento da Proposta Técnica e de Preços, página 46:

- a) Raciocínio Básico: texto elaborado em no máximo 02 (duas) laudas em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre o exemplo de campanha apresentada no briefing. (0 a 10 pontos)
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária: texto em que a licitante apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação, conforme o briefing anexo. Além de explicitar e defender os principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar. (0 a 20 pontos)
- c) Ideia Criativa: texto em que a licitante se limitará a apresentar a síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não assumir a forma de um slogan passível de ser utilizado em campanhas do Tribunal de Justiça da Bahia. Além disso, a licitante deverá apresentar exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem. Os exemplos de peças podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout, story-board impresso ou "monstro" de peça de rádio, com ou sem música, limitados ao máximo de 06 (seis) peças, sendo uma para cada meio (convencional ou não convencional) de divulgação proposto pela licitante. (0 a 25 pontos)
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia: o texto deverá ser apresentado em no máximo duas laudas de 30 (trinta) linhas, demonstrando a capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (permitida inclusão de tabelas e gráficos), com a simulação de plano de distribuição das peças apresentadas no quesito de ideia criativa, devendo ser justificada a estratégia adotada, bem como resumo geral relativo ao período de veiculação (valor absoluto e percentual), investimentos alocados em mídia com a separação dos meios, bem como o valor (absoluto e percentual) alocado em produção. No que se refere ao valor destinado a produção e veiculação da campanha, a empresa deverá utilizar como referência a verba fictícia de R\$300.000,00 (trezentos mil reais) para um período de 30 dias. (0 a 10 pontos)

QUESTIONAMOS:

Existe limite de lauda para os quesitos Estratégia de Comunicação Publicitária e Ideia Criativa, posto que não consta no edital?

O limite de 2 laudas para Estratégia de Mídia e Não Mídia refere-se apenas ao texto? Os anexos e planilhas não estão contemplados neste limite, correto?"

RESPOSTA: "Não há limite de laudas para os quesitos Estratégia de Comunicação Publicitária e Ideia Criativa.

Conforme informado no edital, o texto para Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser apresentado em no máximo 2 laudas de 30 linhas. Os gráficos e tabelas não estão contemplados no limite."



QUESTIONAMENTO:

2) "ESCLARECIMENTO 2 – FONTE DE APOIO DEVERÁ SER DA FAMÍLIA MONTSERRAT

Anexo II - Briefing

- A fonte de apoio deverá ser da família montserrat
(<https://fonts.google.com/specimen/Montserrat>)

QUESTIONAMOS:

A qual apoio o Edital se refere ao indicar a referida fonte? As peças da Ideia Criativa deverão obrigatoriamente utilizar essa tipologia?"

RESPOSTA: "O texto de apoio é tudo o que não é título e/ou subtítulo. As peças da Ideia Criativa obrigatoriamente deverão utilizar a tipologia para o texto de apoio. Se tratando de título, slogan ou algum texto que queira dar destaque pode ser utilizada outra fonte."

QUESTIONAMENTO:

3) "ESCLARECIMENTO 3 – COMPROVAÇÃO DE VÍNCULO EMPREGATÍCIO COM A AGÊNCIA

Anexo I – Termo de Referência: 9. DA APRESENTAÇÃO, JULGAMENTO E CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

I - Capacidade de Atendimento – será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

- a) Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) Quantitativo e qualitativo, sob a forma de currículo resumido dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, contendo no mínimo nome, formação e experiência discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento, com a comprovação de vínculo empregatício com a agência;

QUESTIONAMOS:

Considerando a reforma trabalhista, que possibilitou a contratação de através de contrato de prestação de serviço, sobretudo com empresas, e a praxe do mercado publicitário, questiona-se se a comprovação do vínculo empregatício, pode ser entendida como vínculo profissional havendo a possibilidade de comprovação através da apresentação: a) de cópia da carteira de trabalho (CTPS) em que conste a licitante como contratante ou documentação do E-Social; b) do contrato social da licitante em que conste o profissional como sócio; c) de contrato de prestação de serviço; d) de declaração de contratação futura do profissional detentor do atestado apresentado?"

RESPOSTA: "Há possibilidade de comprovação do vínculo através de cópia da carteira de trabalho (CTPS), cópia do contrato social da licitante em que conste o profissional como sócio, cópia do contrato de trabalho ou, ainda, declaração de contratação futura, com assinatura do respectivo profissional, assinalando, contudo, que a declaração firmada durante a licitação implica na impossibilidade de alegação posterior de ausência de capacidade de atendimento."

Salvador, 05 de maio de 2023.


Antonio Henrique Sampaio Garcia
Presidente da Comissão de Licitação