

QUESTIONAMENTOS DA CONCORRÊNCIA Nº 2018/005

Pergunta 1:

Sobre os recursos próprios de comunicação do Banco da Amazônia, pedimos mais informações sobre a intranet, os pontos de atendimento, a Amazônia TV e Caixas de Auto Atendimento. Seguindo a mesma ordem especificada:

a) Quais são os espaços disponíveis na plataforma de intranet para divulgações de campanhas e quais suas especificações de tamanho e peso de arquivo?

Respostas:

1) Banner nas dimensões: 1.920 x 1.080 px até 200 kb;

2) Vídeo até 5 megas, com resolução 720 x 480 px, no formato MP4 (CODEC-
AVC).

b) Os pontos de atendimento possuem espaços já determinados para comunicação? Quais são e quais suas especificações de tamanho?

Resposta:

Espaço para cartazes nas dimensões de 60 cm de altura por 40 cm de largura.

c) Quais as especificações de tamanho de arquivo e tempo para o canal interno “Amazônia TV”?

Resposta:

O tamanho é 720x480 MOV (quick time).

d) Os Caixas de Auto Atendimento possuem espaços já determinados para comunicação? Quais são e quais suas especificações de tamanho?

Resposta:

Banner para o ATM nas dimensões 800 x 600 px, até 150 kb.

Pergunta 2:

Sobre a Ideia Criativa (10.3.3.3), alínea “a”:

No caso da licitante apresentar storyboard de comercial de televisão, devido ao grande número de quadros com o objetivo de proporcionar o melhor entendimento da ideia, entendemos que o mesmo pode ser composto de várias pranchas. **Este entendimento está correto: sim ou não?**

Resposta:

O *storyboard* é um esboço sequencial. Neste caso, se o conjunto de pranchas transmitir mensagem única, o entendimento está correto, conforme previsto no item 10.3.3.4-c:

10.3.3.4 - Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger*, entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;

Pergunta 3:

Sobre a Ideia Criativa (10.3.3 – Subquesito 3):

No caso de banner de internet, entendemos que podemos apresentar o monstro juntamente com o layout do mesmo. **Este entendimento está correto: sim ou não?**

Resposta:

Não. O Edital prevê o meio internet, não determina qual será a estratégia da licitante e nem que peças serão criadas, como a citada pela empresa. Assim, como não há previsão de monstro no edital para o meio internet. Abaixo ratificamos e destacamos em negrito a forma de apresentação:

10.3.3.3 - Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 10.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b) 'monstro' ou leiaute eletrônico, para o meio rádio;
- c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;
- d) 'boneca' ou leiaute montado dos materiais de não mídia.

Pergunta 4:

No caso do rádio, entendemos que podemos apresentar o monstro juntamente com o roteiro digitado. **Este entendimento está correto: sim ou não?**

Resposta:

Não. No item 10.3.3.4, alínea "a", prevê que as reduções e variações de formato serão considerados como novas peças.

Pergunta 5:

No caso do comercial de televisão, entendemos que podemos apresentar o animatic juntamente com storyboard. **Este entendimento está correto: sim ou não?**

Resposta:

Não.

Pergunta 6:

Como o *Briefing* do referido edital é de um produto é natural a possibilidade de apresentá-lo sob a forma de uma marca. Neste caso, entendemos que apresentar esta marca em separado das 10 peças corporificadas, não pode ser contabilizado como peça, podendo apresentar inserida nos materiais da campanha e também à parte.

Este entendimento está correto: sim ou não?

Resposta:

Não.

Pergunta 7:

Sobre (Repertório), subitem 10.8.1.3:

Entendemos que podemos apresentar as peças em caderno específico em papel A3 não dobrado. **Este entendimento está correto: sim ou não?**

Resposta:

Já foi respondido e ratificamos o que está determinado no item 10.7.

10.7 - Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Pergunta 8:

Sobre (Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação), subitem 10.10.3, parágrafo II:

Entendemos que podemos apresentar as peças gráficas em caderno específico em papel A3 não dobrado. **Este entendimento está correto: sim ou não?**

Resposta:

Não. No caderno específico do item 10.9 a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito 4 em caderno específico (vide completo o item 10.9). A (s) peças gráficas permitidas no item 10.10.3 poderão integrar o caderno específico, observando as regras do item 10.10.3 - I, II e III. Veja que não há orientação de ser feito outro caderno específico. Assim, o que deve ser observado pela licitante está transscrito a seguir.

O Edital prevê no item 10.10.3 – II:

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 10.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

Pergunta 9:

Sobre o subitem 10.10.3.1, do item 10.9 (Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação):

Pede-se “A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 10.10.3 (3 peças para cada relato), deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 10.10 (4 páginas) para descrição do Relato.

Entendemos que as 4 páginas são apenas para a descrição (texto) do Relato e não para as peças e/ou suas fichas técnicas. **Este entendimento está correto: sim ou não?**

Resposta:

Não. Conforme item 10.10.3.1, abaixo:

10.10.3.1 - A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 10.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 10.10 para descrição do Relato.

Pergunta 10:

Entendemos que as fichas técnicas devem acompanhar as peças, devendo estar na mesma prancha que elas, e não separadas. **Este entendimento está correto: sim ou não?**

Respostas:

1) As fichas técnicas devem acompanhar as peças publicitária?

- Sim, conforme item 10.10.3 – III.

2) Devendo estar na mesma prancha que elas e não separadas?

- Fica a critério da licitante, observado o limite máximo de páginas previstas no item 10.10.

Pergunta 11:

No item 10.3.4.3 – página 17 alínea b) – não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços.

Questiono: Deve e posso inserir a tabela de preços/ pesquisas dos veículos de comunicação inclusos na simulação da estratégia de mídia?

Resposta:

Sim.

Pergunta 12:

No item 10.3.4.3 – página 17 alínea d) – menciona que deverão ser desconsiderados os honorários, sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

Questiono: Devo também desconsiderar os custos de criação/finalização?

Resposta:

A área técnica pediu para que a sua empresa complemente a pergunta “Especificamente sobre os custos de criação/finalização, pedir para a licitante completar a remissão do edital”

Pergunta 13:

No anexo I *briefing*– página 54 – menciona que a simulação da estratégia de mídia deve ser para toda área de atuação do FNO.

Questiono: Posso inserir veículos de comunicação que acredito ser necessários para a divulgação, porém são de abrangência Nacional que contemplam a exibição nas praças de atuação do FNO – Região Norte (Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins)?

Resposta:

Sim.

Pergunta 14:

No anexo III Modelo de Proposta de Preços – página 57 alínea a) – menciona desconto, a ser concedido ao CONTRATANTE, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Pará – SINAPRO/PA, referentes a peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965:% (.....por cento); **<sindicato ao qual a licitante está filiada>**.

Questiono: Se faz necessário e imperioso que a Contratante disponibilize as agências de publicidade que não são da região a tabela SINAPRO/PA para que a Contratante possua a proposta mais vantajosa. Solicitamos que seja disponibilizada pela mesma a tabela de preços, ativa para a proposta de preços!

Resposta:

Tabela encaminhada, em anexo, para disponibilizar aos licitantes.

Pergunta 15:

Gostaríamos de saber quais os membros da comissão que foram sorteados na reunião realizada para esse fim.

Resposta:

Publicação do DOU Nº 157, quarta-feira, 15 de agosto de 2018, SESÃO 3, Pág. 75.

“Banco da Amazônia S/A torna público que os sorteados para compor a Subcomissão Técnica Julgadora da CONCORRÊNCIA Nº 2018/005, cujo objeto é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, pelo prazo e 12 (doze) meses, prorrogáveis por iguais e sucessivos períodos, até o limite de 60 (sessenta) meses, para atender as necessidades do Banco da Amazônia S.A., observadas as condições estabelecidas no Edital e seus Anexos, como empregados do Banco da Amazônia são: Alcilene Costa de Souza - Analista de Comunicação/Jornalista e Wagner Emanuel da Silva Mota - Analista de Comunicação, com experiência na área há mais de 5 anos (titulares); Maurea Nazaré Almeida de Souza - Analista de Patrocínios/MBA Marketing (1º Suplente); Ruth Helena Fernandes dos Santos Lima - Coordenadora de Comunicação, com experiência na área há mais de 10 anos (2º Suplente); Marcelo Milhomem Araújo - Analista de Comunicação (3º Suplente); José Valentim Mota Figueira - Consultor Especial/Pós-Graduação Marketing (4º Suplente); Suely do Socorro Bessa de Oliveira Xavier - Analista de Comunicação/MBA Marketing (5º Suplente) e Claudia Alamar Aguilla - Analista de Comunicação/Jornalista (6º Suplente). Os profissionais sem vínculo com o Banco da Amazônia são: Wilma Leila Matos Soares - Chefe do Núcleo de Marketing e Comunicação do Banpará e Elva Vieira - Comunicação Social, Jornalismo (titulares); Oswaldo Gomes S. Júnior - Professor Marketing Estratégico (1º Suplente); Alyne Freitas Cid de Souza - Comunicação Social, Publicidade e Propaganda (2º Suplente); Mário Camarão França Neto - Comunicação Social, Jornalismo (3º Suplente); Jecyone do Socorro da Silva Pinheiro - Jornalista SEBRAE/PA (4º Suplente); Patrick Pontes Ferreira - Gerente de Comunicação/MBA Marketing Digital (5º Suplente) e José Augusto Pacheco de Lima - Jornalista (6º Suplente)”.

Pergunta 16:

DÚVIDA 1: No item 10.3.3 no que se refere ao subquesito 3 – Ideia Criativa, o edital aponta o seguinte:

O caderno do Plano de Comunicação Publicitária (Via Não Identificada) deve conter:

1. Raciocínio Básico;
2. Estratégia de Comunicação Publicitária;
3. Ideia Criativa;
4. Estratégia de Mídia e Não Mídia.

Sendo que o item 3 (Ideia Criativa) se divide em duas partes: a relação descritiva das peças e os exemplos de peças, com esse último (exemplos de peças), devendo ser apresentado separadamente do caderno do plano de comunicação. O edital limita os exemplos a 10 peças, porém, no item 10.3.3.2, ele abre a possibilidade de apresentar um terceiro bloco com uma listagem de peças extras, que seriam as peças “a mais” do que as peças exemplo. Ou seja, temos 10 peças exemplos (conforme 10.3.3.3), mas não fica claro se há limite para as peças previstas na relação extra em 10.3.3.2.

Pergunta a):

Essa quantidade da lista extra está aberta?

Resposta a):

Sim, conforme item 10.3.3.2 abaixo:

10.3.3.2 - Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido na alínea ‘a’ do subitem 10.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea ‘a’ do subitem 10.3.3 deverá ser elaborada **em dois blocos**: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

Pergunta b):

Podemos ter então 10 peças exemplos + peças extras sem quantidade limite?

Resposta b):

10.3.3.3 - **Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea ‘b’ do subitem 10.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:**

Pergunta 17:

Sobre o item 9.1.1.1 do edital, onde que diz “só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão Especial de Licitação, no Edifício Sede do Banco, na Av. Presidente Vargas no 800, 2o andar, Bloco B, em Belém/PA, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente, de segunda a sexta-feira, das 8h30 h às 13h”. Qual o prazo para retirada do invólucro? Ele poderá ser retirado no dia da sessão?

Resposta:

Até o dia da sessão. Sim

Pergunta 18:

Ainda em relação ao mesmo item, 9.1.1.1. Quais as dimensões físicas do Invólucro n. 1?

Resposta:

- Pasta Preta Arquiteto - A/2 com alça;
- Comprimento: 70 cm;
- Altura: 50 cm;
- Espessura: 3 cm.

Pergunta 19:

Para empresas não residentes na cidade de Belém do Pará, como será o procedimento da entrega do apócrifo?

Pergunta a):

Poderá ser entregue no dia do certame?

Resposta a):

Sim

Pergunta b):

Poderá a empresa entregar via área, correios ou presencialmente.

Resposta b):

Sim.

Pergunta 20:

No item 7 da página 54 – Período – ficará a critério da agência o período de veiculação.

Questiono – No *briefing* deixa livre a determinação da data de programação da campanha, isso também se determina quanto a vigência/ período de duração da mesma?

Resposta:

Sim, conforme previsto no anexo I do Edital.

Pergunta 21:

No item 10.3.3.2 – página 14 – Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 10.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea ‘a’ do subitem 10.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

Questiono: Como devo apresentar este outro bloco, devo exemplificar as peças, ou somente lista e descrição em formato de texto? E a apresentação deste bloco extra como seria, grampeada, solta, dentro de um envelope, saco plástico?

Resposta:

Os dois blocos de peças devem ser apresentados de acordo com o item 10.2 do edital.

Pergunta 22:

No item 10.3.3.4 - alínea c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, banner para internet e painéis sequencias de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de finger, entre outros), será considerada 01 (uma) peça se o conjunto transmitir mensagem única.

Questiono: Posso considerar como uma peça o material preparado para o mesmo meio, que contenha as mesmas informações de texto e layout, porém executados em mídias diferentes. Exemplo: Mídia externa (outdoor com adaptação para uma empêna).

Resposta:

A resposta consta do item 10.3.3.4, alínea "c" do edital.

Pergunta 23:

Para fins de cadastro para simulação de orçamento da licitação faz-se necessário o CNPJ do órgão responsável pela Concorrência 005/2018. E, verificando o edital e seus anexos, não visualizamos o CNPJ do Banco da Amazônia.

Questiono: Diante desta consideração solicitamos o CNPJ e dados cadastrais do Banco da Amazônia.

Resposta:

Banco da Amazônia S/A, CNPJ 04.902.979/0001-44.

Pergunta 24:

Na página 16, "IV. Simulação" pede-se a inserção dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas. Devemos considerar como simulação os documentos de pedidos de inserções (Pls) ou o licitante poderá inserir apenas um resumo por tipo de mídia?

Pergunta a):

Devemos considerar como simulação os documentos de pedidos de inserções (Pls)?

Resposta a):

As Pls podem ser apresentadas acompanhadas de resumo para não ficarem soltas na simulação.

Pergunta b):

O licitante poderá inserir apenas um resumo por tipo de mídia?

Resposta b):

Sim, conforme as formas previstas no edital:

10.3.4 - Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

IV. Simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

Pergunta 25:

No item 10.2 - Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, o edital não menciona nenhuma proibição para impressão frente e verso. A pergunta é: será obrigatória a impressão do documento não identificado apenas na frente do papel A4?

Resposta:

Não.

Pergunta 26:

Em relação ao item:

10.10 -

III – não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

Questiono: podemos considerar que o ANUNCIANTE refere-se exclusivamente ao Banco da Amazônia?

Resposta:

Sim, conforme previsto no edital:

10.10 - A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

III - não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.