



**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 072/2016
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 003/2016
CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA O CONSELHO REGIONAL DE FARMÁCIA DO ESTADO
DE SÃO PAULO – CRF-SP**

AVISO DE ESCLARECIMENTO Nº 01

O Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo – CRF-SP, por intermédio da Comissão de Compras e Licitações designada para a Concorrência Pública n.º 003/2016, torna pública consultas de empresas interessadas e os respectivos esclarecimentos:

QUESTIONAMENTO 01:

Página 8, item 7.1.4 letra b – Estratégia de Mídia e Não Mídia

b) A simulação do plano de distribuição das peças de que trata o item 7.1.3 do Edital, acompanhada de tabelas, gráficos, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e justificativas.

Os valores que serão apresentados na simulação devem acompanhar valores de tabela dos veículos ou aplicação de negociação?

RESPOSTA 01:

Sem aplicação de negociação.

QUESTIONAMENTO 02:

Os valores de criação e de honorários devem acompanhar tabela do sindicato ou aplicação de negociação?

RESPOSTA 02:

Os valores de criação e de honorários devem acompanhar tabela do sindicato.

QUESTIONAMENTO 03:

Página 12, item 7.8.1 letra a – Capacidade de Atendimento

7.8.1 - A experiência da empresa com clientes do mesmo porte institucional do CRF-SP, ou seja, empresas que celebram contrato de valor igual ou superior a R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) por ano.

A comprovação da experiência, os contratos com clientes, como deve ser comprovado? Que documentos devem ser apresentados?

RESPOSTA 03:

A comprovação da experiência se dará pela apresentação de cópia do contrato ou atestado.

QUESTIONAMENTO 04:

Páginas 5 e 6 – Item 6 – Da entrega e forma de apresentação dos envelopes

O envelope A deve ser entregue aberto ou lacrado?

RESPOSTA 04:

O envelope “A”, fornecido pelo CRF-SP, deverá ser entregue aberto, pois o “lacre” pode representar um sinal identificador, o que é vedado nos termos do edital.

QUESTIONAMENTO 05:

Página 12 – item 7.8.1 letra b – Capacidade de Atendimento

b) A experiência profissional em atividades publicitárias (até 01 ponto por publicitário envolvido na campanha, até máximo de 05 pontos, considerando apresentação da cópia do diploma).

É permitido a substituição do Diploma por Certificado de Conclusão de Curso ou Histórico Escolar sem perder pontuação?

RESPOSTA 05:

O Certificado de conclusão do curso pode substituir o diploma.

**QUESTIONAMENTO 06:**

Página 10 – item 7.5.4 – Estratégia de mídia e não mídia
Quais são as mídias próprias do CRF-SP?

RESPOSTA 06:

Esse item do edital não fala em mídias próprias, o interessado pode saber informações sobre o CRF-SP por meio do portal www.crfsp.org.br e também na fanpage da entidade no Facebook <https://www.facebook.com/crfsp/>

QUESTIONAMENTO 07:

Página 57 – Anexo V – Briefing

Nas 11 Ações de Comunicação previstas no briefing, já que o CRF é que decide suas prioridades e não a agência: Qual o percentual de distribuição de verba para cada uma delas? Qual o peso individual, já que no item 7.11 está claro que fica “A critério do CRF-SP, as campanhas publicitárias das propostas vencedoras poderão ou não vir a ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, na vigência do contrato”.

RESPOSTA 07:

Não há necessidade de considerar as “Ações de Comunicação” previstas no briefing (Página 57) para a elaboração do Plano de Comunicação Publicitária que será apresentado pela agência. Essas ações serão realizadas no decorrer do contrato entre o CRF-SP e a empresa que for contratada, conforme conveniência do CRF-SP. O plano de comunicação a ser apresentado para participação na licitação (item 7 do edital) e que será avaliado pela Comissão de Licitação deve considerar os seguintes itens do briefing: informações sobre o Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo (páginas 54 a 56), problemas de comunicação que a campanha deve resolver (páginas 56 a 57) e públicos-alvo (página 57).

QUESTIONAMENTO 08:

Página 6 – item 6.3.3

6.3.3 - O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser datado, redigido de forma clara, sem emendas ou rasuras, com páginas numeradas sequencialmente, em papel sulfite A4 branco 75 g/m², que não identifique a Licitante, e não deverá conter rubricas, com exceção do ENVELOPE B. A inobservância destas instruções acarretará na desclassificação da Licitante.

O que quer dizer “deverá ser datado”?

RESPOSTA 08:

Conter a data de sua elaboração.

QUESTIONAMENTO 09:

Existe legislação federal, estadual ou municipal que garante ao CRF-SP espaço gratuito nos veículos para divulgação de temas de utilidade pública como acontece com ministérios e algumas prefeituras?

RESPOSTA 09:

Não existe.

QUESTIONAMENTO 10:

O CRF-SP já dispõe de acordos de mídia com espaços gratuitos ou permuta já firmados?

RESPOSTA 10:

Não.

QUESTIONAMENTO 11:

Qual a tiragem da revista do CRF-SP? É distribuída somente para associados?

RESPOSTA 11:

A tiragem atual é de 57.000 e sua distribuição é quase que exclusiva para os profissionais inscritos no CRF-SP. Além disso, ela também fica disponível no portal da entidade, com acesso livre.



QUESTIONAMENTO 12:

Página 8 – item 7.1.3 Idéia Criativa

7.1.3.1 Obrigatoriamente deve ser apresentado um exemplo das seguintes peças:

- a) outdoor/busdoor/sanca/painel e outras peças de metrô
- b) anúncio jornal/revista
- c) roteiro ou monstro para spot de rádio
- d) vídeo para internet
- e) vídeo para TV

- A) Deve ser entregue uma peça para cada meio citado ou é eventual?
- B) O vídeo para Internet e o vídeo para TV podem estar no formato de roteiro ou storyboard?
- C) Para cada uma das 11 ações de Comunicação que constam no briefing (página 57), todas as peças devem ser corporificadas ou podem ser somente descritas?

RESPOSTA 12:

- A) Sim.
- B) Devem ser apresentados em DVD em formato vídeo, que será assistido pela comissão.
- C) Não, veja resposta à pergunta nº 7

QUESTIONAMENTO 13:

Página 9 – item g

O item informa sobre o número máximo de páginas do Plano de Comunicação e as páginas que não serão computadas nesse limite de laudas.

No roteiro das peças pode constar todas as peças que fazem parte do Plano de Comunicação além das citadas no item 7.1.3?

RESPOSTA 13:

Sim.

QUESTIONAMENTO 14:

No briefing, página 57, são apresentadas as ações de comunicação previstas, mas não está claro se o Plano de Comunicação deve ser apresentado atendendo a cada item (letra a até a letra k). Cada uma das campanhas citadas deve ser apresentada?

RESPOSTA 14:

O plano de comunicação a ser apresentado para participação na licitação (item 7 do edital) e que será avaliado pela comissão de licitação não precisa conter todas as ações de comunicação previstas na página 57 do briefing (alíneas "a" a "k"), mas deve considerar os seguintes itens do briefing: informações sobre o Conselho Regional de Farmácia do estado de São Paulo (páginas 54 a 56), problemas de comunicação que a campanha deve resolver (páginas 56 a 57) e públicos-alvo (página 57).

São Paulo, 12 de dezembro de 2016.

Elizabeth Adaniya
Depto de Licitações e Contratos

Mariana Dias Torres
Comissão de Licitações e Contratos

Alexandre Pires Omena
Comissão de Licitações e Contratos