

Ribeirão Preto, 13 de Junho de 2018

A UNIFACEF
Centro Universitário de Franca

A Comissão Permanente de Licitações
Ref. PROCESSO LICITATÓRIO: 21/2018
MODALIDADE: CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2018

PEDIDO DE ESCLARECIMENTOS

No ESCLARECIMENTO publicado no dia 05 de junho, especificamente no que se refere a pergunta:

7 – O item 7.2.2 determina que os textos do Raciocínio Básico da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças estão limitados a 10 páginas, já os anexo III e IV limitam em 12 laudas. Qual deveremos seguir?

A resposta foi:

R: Considerar 12 laudas para o Plano de Comunicação, Item 7.22 do Edital, não computadas nesse limite a capa, a contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para a separação dos subquestos.

Ocorre que o Item 7.22, prevê:

7.22. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e/ou materiais prevista no subitem 7.1. estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e a contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

Questionamento 01: Sendo assim, reitero o questionamento já solicitado por uma das licitantes. Qual limite de páginas a agência deve seguir para o Plano de Comunicação: de 10 ou de 12 páginas?

7. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

7.24. Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados:

I. separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem 6.2.5

Questionamento 02: No edital não consta 6.2.5. A qual item ele se refere?

No anexo III, o edital prevê:

AVALIAÇÃO: RACIOCÍNIO BÁSICO	NÚMERO DE PONTOS
Conhecimento da história e da natureza institucional do Uni-FACEF, suas principais linhas de produtos e serviços, e suas características mais significativas para a comunicação publicitária.	0 a 3 pontos
Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Uni-FACEF com seus públicos.	0 a 2 pontos
Do papel do Uni-FACEF no atual contexto social, político e econômico.	0 a 2 pontos
Acuidade de compreensão do problema específico de comunicação do Uni-FACEF e sua correta análise e inserção no atual cenário da instituição.	0 a 3 pontos
PONTUAÇÃO MÁXIMA	7 pontos

AVALIAÇÃO: ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	NÚMERO DE PONTOS
A adequação do conceito e do partido temático propostos à natureza e à qualificação do Uni-FACEF e o seu problema específico de comunicação.	0 a 2 pontos
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	0 a 2 pontos
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Uni-FACEF com seus públicos.	0 a 1 ponto
A evidência de pensamento estratégico de comunicação e sua relação positiva com o partido apresentado e com a natureza da instituição.	0 a 1 ponto
A qualidade dos desdobramentos em ações de comunicação integrada e digital.	0 a 2 ponto

Cobertura dos públicos-alvos por meio da linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida.	0 a 2 pontos
PONTUAÇÃO MÁXIMA	7 pontos

Questionamento 03: A Pontuação máxima de 7 pontos, está em desacordo com as pontuações por quesito, que daria um total de 10 pontos. Qual a pontuação válida?

7. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

QUESITOS:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

SUBQUESITOS:

II. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a **10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação**, do tipo ou da característica da peça e/ou material

ANEXO III – ENVELOPE A

6. IDEIA CRIATIVA

6.1. Apresentar síntese da estratégia de comunicação publicitária para o Uni-FACEF, expressa sob a forma de um texto com sua defesa e acompanhada de exemplos de peças que corporifiquem objetivamente, em número máximo de 10 (dez) anexos, podendo ser enviados “layouts”, “storyboards”, “texto e/ou demo de rádios”, etc. **Pelo menos 02 dos anexos deverão ser peças para mídia digital.** Esses anexos não serão contabilizados no limite de páginas do Plano de Comunicação. Ações promocionais serão consideradas peças publicitárias.

Questionamento 04: Qual critério deve prevalecer?

8. DA APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES E DOCUMENTOS EXTERNOS

8.2. Documentos de credenciamento (**subitens 6.4.1 a 6.4.3**) e ficha de cadastro/declaração (Anexo I).

Questionamento 05: No Edital, não existem os subitens 6.4.1 e 6.4.3.

Atenciosamente
Renata Pacagnella
Sócia Diretora