

## ESCLARECIMENTOS DO PROCESSO Nº 21/2018 – CP Nº01/2018

### **1 - Minha agência precisa participar de algum Sindicato para participar?**

R: De acordo com os itens 2.7 e 12.5.1 do edital e do artigo 4º da lei nº 12.232/2010, abaixo transcritos, é necessário possuir o Certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão.

#### **Edital:**

[...] 2.7. Para a prestação de serviços será contratada uma Agência de Propaganda, doravante denominada AGÊNCIA, que tenha suas atividades disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que tenha obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei 12.232/2010.

#### **12.5. Qualificação técnica**

12.5.1. Certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

#### **Lei 12.232/2010**

Art. 4º Os serviços de publicidade previstos nesta Lei serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela [Lei no 4.680, de 18 de junho de 1965](#), e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

§ 1º O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no caput deste artigo poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

§ 2º A agência contratada nos termos desta Lei só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem dos seus clientes, se previamente os identificar e tiver sido por eles expressamente autorizada.

### **2 - Minha empresa atua com marketing digital, porém o CNAE da minha empresa é: 62.09100 Suporte técnico, manutenção e outros serviços em tecnologia da informação.**

#### **Isso pode impedir minha participação?**

R: De acordo com o item 12.4 do Edital, o objeto constitutivo deverá ter descritas as atividades típicas e exclusivas da propagando, conforme lei e regulamento específicos da matéria.

12.4. O objeto social da pessoa jurídica, constante de seu ato constitutivo, deverá ser compatível com o objeto desta licitação. Significa dizer que nele (ato constitutivo) deverão estar descritas as atividades típicas e exclusivas da propaganda, assim definidas pela Lei nº 4.680/1965 e pelo Decreto nº 57.690/1966.

**3 - Na minha empresa, possuo profissionais terceirizados para executar as ações de marketing, e já tenho um time formado e com experiência. Isso pode?**

R: Sim, desde que atendido o disposto no Anexo II, item 6 em sua totalidade. A Possibilidade esta expressa no item 6.3.

**Edital:**

[...] 6.3. A comprovação da experiência de todos os profissionais dar-se-á por meio da apresentação de currículo detalhado e cópias de declarações emitidas por empresas em que o profissional atuou ou registros na carteira de trabalho ou contrato de prestação de serviços, referentes às atividades a serem executadas.

**4 - Data de Abertura em 18/02/2013, precisa ter um tempo mínimo?**

R: O tempo de existência é apenas o necessário para comprovação do acervo técnico da agência, nos termos do edital.

**5 – As peças da ideia criativa poderão ser apresentadas em papel com gramatura superior a 90g? O edital não deixou isso de forma clara.**

R: Não, a gramatura do papel não poderá ser superior a 90g em nenhum dos documentos da via não identificada.

**6 – No edital 7.2.1 , IV determina espaçamento de 2 cm nas margens esquerda e direita, já o anexo III determina lauda com no máximo 30 linhas e 2 cm nas quatro margens. Qual determinação deveremos seguir, pois se formos seguir o anexo III teremos mais de 30 linhas por lauda, uma vez que para obedecer as margens de 2 cm na parte superior e inferior a lauda terá que ter obrigatoriamente muito mais do que 30 linhas, levando-se em consideração que o espaçamento entrelinha determinado é o espaçamento simples.**

R: Desconsiderar a quantidade de linhas constante no Item 1.1 do Anexo III, e considerar o restante do Item supracitado. Em relação as margens, considerar as do Item 1.1 do Anexo III.

**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 anexos III e IV limitam em 12 laudas. Qual deveremos seguir?**

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.

**8 – Para os itens II – Capacidade de Atendimento, III – Repertório e IV Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, poderemos utilizar papel em gramatura superior a 90g?**

R: Não, a gramatura do papel máxima admitida é 90g.

**9 - Qual limite de páginas a agência deve seguir para o Plano de Comunicação: de 10 ou de 12 páginas?**

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.

**10 – A Estratégia de Mídia tem limite ou não de páginas? Havendo o referido limite, todos os subitens da Mídia (gráficos, tabelas e pesquisas) devem ou não constar do mesmo?**

R: A Estratégia de Mídia e Não Mídia não contempla um limite de páginas.

11 - Quais verba e período a agência deve considerar para a simulação da campanha: **de R\$ 100.000,00** sendo a critério da licitante a definição do período de veiculação e das praças/estados a serem considerados na simulação de mídia **OU** verba de **R\$ 200.000,00** (duzentos mil reais) e duração de 120 (cento e vinte) dias, compreendendo o período de agosto a novembro de 2018?

R: No Item 7.6 considerar o valor de R\$ 200.000,00 e o período de veiculação de 120 (cento e vinte) dias compreendidos de agosto a dezembro de 2018, ficando a critério do licitante definição das praças/estados a serem considerados na simulação de mídia.

Franca, 05 de junho de 2018.

**Bruna Sousa Ferreira**  
Presidente da Comissão Permanente de  
Licitações do Uni-FACEF - COPEL