

QUESTIONAMENTOS 02
CONCORRÊNCIA 01-2018
EDITAL RETIFICADO

01) Sobre o novo edital, temos uma dúvida.

O edital diz que as agências receberão um pen-drive para colocar o material constante no item 1.1.8 do anexo. Este material refere-se, ao Raciocínio Básico. Porém, em outros itens, como Estratégia de Comunicação(item 1.2.4), Ideia Criativa (item 1.3.2), Estratégia de Mídia e Não Mídia (item 1.4.2.11), também há o pedido para entrega em pen-drive.

Nossa pergunta é: O conteúdo do pen-drive deverá ser apenas o Raciocínio Básico (item 1.1.8), conforme descrito no item 3.1.2.1.1? Ou, no pen-drive também devem ser gravados os conteúdos dos itens Estratégia de Comunicação(item 1.2.4), Ideia Criativa (item 1.3.2) e Estratégia de Mídia e Não Mídia (item 1.4.2.11), conforme conta neste itens?

RESPOSTA:

Deverá ser entregue no pen drive, fornecido pelo CFA, via não identificada os itens descritos no anexo II do Edital (Proposta Técnica).

1.1. Raciocínio Básico:

1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária

1.3. Ideia Criativa:

1.4. Estratégia de mídia e não mídia

2) No anexo 2, os itens 1.1.8 sobre o Raciocínio Básico e 1.2.4 sobre Estratégia de comunicação falam sobre a mesma coisa – “O material também deverá ser salvo e entregue em pen drive, além de impresso e grampeado”.

a. Uma vez que os dois pontos são parte do mesmo caderno, devemos entregar 2 pen drives separados? Incluindo um terceiro pen drive para a Ideia criativa conforme item 1.3.2? E um quarto para Estratégia de Mídia e não mídia?

RESPOSTA: deverá tudo ser salvo em um único pen drive que é fornecido pelo Conselho Federal de Administração

b. Sobre o grampeamento, deve ser feito em algum lado específico? Entendemos que isso exclui a encadernação com espiral preto ao lado esquerdo que é usual em processos licitatórios, correto?

RESPOSTA: deverá ser grampeado. Não tem lado específico

3) No item 1.4.2.11 do anexo 2 é solicitada a entrega de estratégia de mídia e não mídia impressa, além do pen drive, entretanto não existe a padronização sobre agrupamento. Devemos entregar em folhas soltas? Grampeado? Onde? Encadernado? Como ?

RESPOSTA: O agrupamento é de escolha do concorrente.

4) O item 1.4.2.2 diz que deve-se usar os valores de tabela cheios, entretanto em seguida é solicitado o anexo das propostas de orçamento dos veículos. Se os valores são de tabela e haverá um julgamento sobre a capacidade de planejar a mídia, o que seria essa proposta, uma vez que não existem descontos ou negociações a serem solicitadas?

RESPOSTA: É necessário a entrega dos orçamentos dos veículos, mesmo sendo tabela cheia, para que possamos comprovar que o valor apresentado foi fornecido pelos veículos.

5) Podemos apresentar mais peças do que pede o briefing?

RESPOSTA: Não

6) podemos apresentar mais peças do que pede o briefing em descrição (na estratégia de comunicação)?

RESPOSTA: Não

7) podemos apresentar outros veículos de mídia, que não apenas os relacionados às peças que estão na Ideia Criativa?

RESPOSTA: Não

8) Sobre o pen drive: - apenas um para todo caderno 1 e um pra todo o caderno 3? Este entendimento é correto?

RESPOSTA: Anexo II (da proposta técnica) deverá ser salvo no mesmo pen drive – fornecido pelo CFA – itens: 1.1; 1.2; 1.3 e 1.4

9 - Sobre a tabela de preço. Qual vigência da tabela de preço deve ser considerada: a vigente na publicação do edital, atualmente vigente ou a que estará vigente no período de veiculação da campanha?

RESPOSTA: a vigência da tabela pode ser da escolha do participante

10) Na estratégia de mídia e não mídia menciona no item 1.4. Estratégia de mídia e não mídia, sub item 1.4.2.2. que deverá ser anexado à proposta os **ORÇAMENTOS** dos veículos de comunicação. Tendo em vista que veículos de comunicação não fornecem orçamentos e sim tabelas de preços padrão devemos considerar que é obrigatório anexar todas as “tabelas” utilizadas na estratégia de mídia?

RESPOSTA: Sim, deverá ser apresentada junto a proposta as Tabelas de preços padrão utilizados pelos veículos de comunicação.

11- No item 1.4.2.2 da proposta técnica, “Praça de veiculação: todo o Brasil. Na apuração destes valores deverão ser utilizados os preços de tabela cheia os veículos. Além disso deverá ser anexado à proposta os orçamentos dos veículos de comunicação”.

Partindo da premissa de que os valores devem ser de tabela cheia, **podemos substituir os orçamentos pelas tabelas de preços dos veículos?**

RESPOSTA: Sim. Deverá anexar as tabelas, caso os veículos não forneçam orçamentos.

12- No objetivo geral do briefing consta a sociedade geral como um público a ser alcançado pela campanha, porém no público –alvo são listados apenas os Profissionais de Administração (Administradores e Tecnólogos na área de administração), os estudantes de Administração e as faculdades de Administração. Devemos considerar a sociedade geral como um público-alvo?

RESPOSTA: o objetivo geral é o sentido mais amplo e constitui a ação que conduzirá ao tratamento da questão abordada no briefing. O público-alvo deve ser utilizado o que já está descrito no briefing.

13 - Para as peças que são determinadas no anexo II (Da Proposta Técnica) – itens 1.3.1 / 1.3.1.1 ao 1.3.1.3 , devemos considerar apenas os veículos especificados ou para as peças de:

Anuncio Página inteira – deverá ser criado para um título de recurso próprio ou podem ser sugeridos títulos comercializados para veiculação de mídia?

Vídeo de 30 segundos – este material deve ser criado para veiculação apenas em canais próprios (portal do CFA) ou além das peças estáticas para as redes sociais, pode-se sugerir a utilização desta peça em outros veículos de mídia digital?

SPOT - pode ser sugerido para outras emissoras além da rádio ADM?

RESPOSTA: Todas as peças devem ser apresentadas conforme solicitado no item 1.3.1

Em relação a utilização das peças publicitárias deve ser escolhido e traçado pelo concorrente, conforme descrito no item 1.4 (Estratégia de Mídia e Não Mídia).

14) Na apresentação dos orçamentos ele pode ser identificado com o nome da agência?

RESPOSTA: Não! A empresa poderá apresentar tanto o orçamento como tabela de preços dos veículos de comunicação, mas NÃO PODERÁ ter nenhuma identificação da empresa concorrente ao processo licitatório.