

QUESTIONAMENTO Nº 01

Será permitido incluir na proposta técnica – Estratégia de Mídia e Não Mídia (5.3.4.), veículos que não atuem com Tabela de Preços Fixas, como Facebook, Instagram, Youtube, etc?

Resposta: Comunicação Digital, ou seja, produção de conteúdo para redes sociais não fazem parte do objeto desta licitação. Serviços oferecidos pelo google e similares devem ser considerados como serviços de tecnologia, nesta licitação.

QUESTIONAMENTO Nº 02

Gostaria de saber qual é a página que os esclarecimentos prestados ficarão disponibilizados referente a CONCORRÊNCIA Nº 001/2020?

Poderia confirmar se é a mesma em que encontra-se o edital <https://www.desenvolvesp.com.br/institucional/sobre-a-desenvolve-sp/licitacoes-e-contratos/>

Resposta: Sim

QUESTIONAMENTO Nº 03

Ref.: Briefing – Páginas 66 e 67

Definição de estratégia de mídia e não mídia a ser realizada, adequada ao público-alvo de forma eficiente, devendo ainda a agência considerar e otimizar a utilização de equipamentos e serviços públicos sob responsabilidade da Administração Pública Estadual para atingir, de forma adequada, os objetivos da ação de publicidade, utilizando todos os meios de

comunicação aptos a tal fim, tanto dos da próprio DESENVOLVE SP quanto de seus parceiros e Secretaria da Fazenda, ao qual é vinculada;”

Referente ao citado no briefing conforme item acima, solicitamos à disponibilização da relação de recursos próprios que a DESENVOLVE SP – AGÊNCIA DE FOMENTO DO ESTADO DE SÃO PAULO S.A dispõe - tanto da próprio DESENVOLVE SP quanto de seus parceiros e Secretaria da Fazenda, ao qual é vinculada.

Resposta: O Desenvolve SP como meios próprios possui: site da empresa e redes sociais, para o público externo. Focados no público interno, possui intranet e newsletter.

QUESTIONAMENTO Nº 04

Pergunta 1:

No item 5.2 do edital, alínea “e”, estabelece que o espaçamento será ‘simples’ entre linhas para o Invólucro 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada. Dessa forma, podemos entender que para títulos, subtítulos e parágrafos, podemos colocar o espaçamento duplo à critério da licitante, correto?

Resposta: Correto, conforme item 5.2. do edital.

Pergunta 2:

No item 5.2.3 do edital, alínea “a” estabelece que a orientação do caderno seja em modo “retrato”, porém no item 5.2.3 estabelece que os gráficos, tabelas e planilhas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Desta forma, podemos entender que para os gráficos, tabelas e planilhas do subquesto “Estratégia de Mídia e Não Mídia” poderão estar em orientação “paisagem” do caderno para melhor leitura?

Resposta: Correto, conforme item 5.2.1. a 5.2.3. do edital.

QUESTIONAMENTO Nº 05**Pergunta 1:**

No edital que temos não possui nenhum parágrafo sobre capital social, gostaríamos de saber se precisa de um capital social mínimo.

Resposta: As exigências quanto à qualificação econômico- financeira das empresas licitantes participantes da licitação são somente as constantes do edital de licitação, subitem 10.2.3., abaixo:

"10.2.3. Qualificação econômico-financeira

a) Certidão negativa de falência, recuperação judicial ou extrajudicial, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica ou do domicílio do empresário individual;

a.1). Se o licitante for cooperativa ou sociedade não empresária, a certidão mencionada na alínea "a" deverá ser substituída por certidão negativa de ações de insolvência civil.

a.2). Caso o licitante esteja em recuperação judicial ou extrajudicial, deverá ser comprovado o acolhimento do plano de recuperação judicial ou a homologação do plano de recuperação extrajudicial, conforme o caso.

a.3) Se o licitante não for sediado no Estado de São Paulo, as certidões deverão vir acompanhadas de declaração oficial da autoridade judiciária competente, relacionando os distribuidores que, na Comarca de sua sede, tenham atribuição para expedir certidões negativas de falências, de recuperação judicial ou de execução patrimonial.

b) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data da apresentação da proposta;

b.1) O balanço patrimonial deverá estar assinado por contador ou por outro profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade;

b.2) no caso de empresa constituída no exercício social vigente, admite-se a apresentação de balanço patrimonial e demonstrações contábeis referentes ao período de existência da sociedade;

c) A comprovação da boa situação financeira da empresa a que se refere a alínea “b” será avaliada de forma objetiva pelos Índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), maiores que 1 (um), resultantes da aplicação das fórmulas abaixo ao balanço patrimonial:

LG = Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo

Passivo Circulante + Passivo Não Circulante

SG = Ativo Total

Passivo Circulante + Passivo Não Circulante

LC = Ativo Circulante

Passivo Circulante

Pergunta 2:

Além disso, queria saber mais informações sobre a inscrição e se podemos fazer uma procuração para pegar o envelope.

Resposta: Pode ser fornecido o envelope mediante procuração, por pessoa indicada pela agência. Todos os dados e informes necessários à participação na licitação já constam no edital convocatório do certame.

QUESTIONAMENTO Nº 06

Solicitamos a **disponibilização do arquivo da marca do DESENVOLVE SP** em vetor para aplicação nas peças pelas licitantes.

Resposta: Segue o link com os arquivos com a marca do Desenvolve SP:

https://www.desenvolvesp.com.br/wp-content/uploads/2021/02/manual_de_marca_e_logos_dsp.zip

QUESTIONAMENTO Nº 07**Pergunta 1:**

A resposta publicada no dia 11 de fevereiro não esclareceu nossas dúvidas, segue abaixo novos pedidos de esclarecimentos: Considerando as respostas ao Questionamento nº1 e nº3 que dizem, respectivamente: Comunicação Digital, ou seja, produção de conteúdo para redes sociais não fazem parte do objeto desta licitação. O Desenvolve SP como meios próprios possui: site da empresa e redes sociais, para o público externo. Questiona-se: A licitante poderá produzir postagens para redes sociais e materiais da campanha para uso da Comunicação Digital de forma orgânica, ou seja, sem realizar impulsionamento e investimento de mídia? Ou a campanha deverá ser inteiramente realizada fora das redes sociais, sem a possibilidade de produção e sugestão de conteúdos nas redes?

Resposta: Conteúdo para redes sociais não faz parte do objeto desta licitação. As peças publicitárias a serem produzidas serão veiculadas em espaços publicitários exclusivamente em todos os meios possíveis.

Pergunta 2:

Considerando o Questionamento nº 1, que diz: Serviços oferecidos pelo google e similares devem ser considerados como serviços de tecnologia, nesta licitação. Questiona-se: O Google possui um leque variado de serviços e ferramentas voltadas ao marketing digital, alguns com proposta de impulsionamento e outros com proposta de serviços de SEO, Adwords e reposicionamento nas ferramentas de busca. Todos esses serviços serão considerados como “serviços de tecnologia” ou há distinções?

Resposta: Todos são considerados serviços de tecnologia.

QUESTIONAMENTO Nº 08

A- No item 6.11. Pontuação – Subitem 6.11.4: Serão considerados mais bem classificados, na fase de julgamento das Propostas Técnicas, os licitantes classificados que obtiverem as quatro maiores pontuações.

Pergunta: Conforme apresentado no subitem 6.11.4. do Edital, a informação sobre considerar mais bem classificados, os licitantes classificados que obtiverem as quatro maiores pontuações. Independente da pontuação atingida pela licitante, haverá um critério de classificação de somente 4 (quatro) licitantes para a 3ª Sessão de Proposta de Preços?

RESPOSTA: Deve ser desconsiderada a palavra “quatro” que constou do item 6.11.4, porque todos serão classificados e não apenas as quatro maiores.

B-) 7. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

7.1.1. Declaração, em conformidade com o modelo do Anexo II.2, afirmando que a proposta foi elaborada de maneira independente e que o licitante conduz seus negócios de forma a coibir fraudes, corrupção e a prática de quaisquer outros atos lesivos à Administração Pública, nacional ou estrangeira, em atendimento à Lei Federal nº 12.846/2013 e ao Decreto Estadual nº 60.106/2014.

ANEXO II.2 DECLARAÇÃO DE ELABORAÇÃO INDEPENDENTE DE PROPOSTA E ATUAÇÃO CONFORME AO MARCO LEGAL ANTICORRUPÇÃO

QUESTIONAMENTO: A Declaração Independente de Proposta é um documento exigido na fase de habilitação, conforme informado no "Guia de orientação à Administração Pública sobre licitações de serviços publicitários" de fevereiro de 2017 do SINAPRO-SP.

Conforme apresentado no Guia: 29 – ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

Os documentos de habilitação deverão ser acondicionados em caderno único, com todas as páginas numeradas e rubricadas pelo representante legal da licitante, no original ou em cópia autenticada por cartório, todas legíveis, quais sejam:

e) Declarações assinadas pelo representante da empresa: Conforme o inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição, que veda o trabalho noturno, perigoso ou insalubre aos menores de dezoito anos e de qualquer trabalho a menores de quatorze anos, salvo na condição de aprendiz;

Declaração independente de proposta; Declaração de inexistência de fatos supervenientes e impeditivos.

Pergunta: A exigência da apresentação da Declaração Independente de Proposta será mantida na Proposta de Preços?

RESPOSTA: Deverá ser obedecido o item 7.1. Do edital, quanto ao conteúdo da proposta de preços:

“7.1. Conteúdo. O INVÓLUCRO nº 4 – PROPOSTA DE PREÇOS deverá conter os seguintes documentos, todos assinados pelo representante legal do licitante ou por seu procurador, juntando-se cópia do respectivo instrumento de procuração:

7.1.1. Declaração, em conformidade com o modelo do Anexo II.2, afirmando que a proposta foi elaborada de maneira independente e que o licitante conduz seus negócios de forma a coibir fraudes, corrupção e a prática de quaisquer outros atos lesivos à Administração Pública, nacional ou estrangeira, em atendimento à Lei Federal nº 12.846/2013 e ao Decreto Estadual nº 60.106/2014.”

C-) 8. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS 8.3. Valoração. Os quesitos a serem valorados são os integrantes do item 1 da Proposta de Preços do licitante, elaborada de acordo com o modelo do Anexo II.1, ressalvado que, nos termos do artigo 46, §1º, da Lei federal nº 8.666/1993, não será aceito:

a) desconto inferior a 50% (cinquenta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pelo licitante, referentes a peças e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei federal nº 4.680/1965, com exceção do serviço de criação, para o qual o desconto será de 100% (cem por cento).

8.4. Pontuação. A pontuação da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir:

8.4.1. A Comissão Julgadora da Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela: HONORÁRIOS / DESCONTO PONTOS (P) Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea "a" do item 8.3. P1 = 1,0 x desconto Percentual de honorários incidentes sobre os preços dos serviços previstos na alínea "b" do item 8.3. P2 = 2,0 x (5,0 – Honorário proposto) Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea "c" do item 8.3. P3 = 2,0 x (10,0

– Honorário proposto) Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea "d" do item 8.3. $P4 = 5,0 \times (8 - \text{Honorário proposto})$

Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorário' serão substituídos nas fórmulas da coluna pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo '%'.

8.4.2. A pontuação de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no item 8.4.1, como segue: $P = P1 + P2 + P3 + P4$. 8.4.3.

A Proposta de Preços que obtiver a maior pontuação será considerada como a de menor preço. Conforme apresentado no subitem 8.4.3. do Edital, consta a informação sobre a Proposta de Preços que obtiver a maior pontuação será considerada como a de menor preço. Vejamos as seguintes simulações: Uma licitante informa em sua proposta de preços os percentuais de desconto e honorários conforme já apresentados no Edital: Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea "a" do item 8.3.: 50% $P1 = 1,0 \times 50 - 50$

Percentual de honorários incidentes sobre os preços dos serviços previstos na alínea "b" do item 8.3.: 5% $P2 = 2,0 \times 5 - 10$

Percentual de honorários incidentes sobre os preços dos serviços previstos na alínea "c" do item 8.3.: 10% $P3 = 2,0 \times 10 - 20$ Percentual de honorários incidentes sobre os preços dos serviços previstos na alínea "d" do item 8.3.: 8% $P4 = 5,0 \times 8 - 40$ $P = P1 (50) + P2 (10) + P3 (20) + P4 (40) - 120$ pts.

Outra licitante informa em sua proposta de preços os percentuais de desconto maior e honorários menores do que apresentados no Edital: Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea "a" do item 8.3.: 70% $P1 = 1,0 \times 70 - 70$ Percentual de honorários incidentes sobre os preços dos serviços previstos na alínea "b" do item 8.3.: 3% $P2 = 2,0 \times 3 - 6$ Percentual de honorários incidentes sobre os preços dos serviços previstos na alínea "c" do item 8.3.: 5% $P3 = 2,0 \times 5 - 10$ Percentual de honorários incidentes sobre os preços dos serviços previstos na alínea "d" do item 8.3.: 5% $P4 = 5,0 \times 5 - 25$ $P = P1 (70) + P2 (6) + P3 (10) + P4 (25) - 111$ pts.

Pergunta: De acordo com as simulações apresentadas, a proposta de preço com a maior pontuação não é a de menor preço. Como a Comissão de Licitação irá proceder sobre a situação apresentada?

RESPOSTA: A presente via não se presta a analisar casos hipotéticos mas sim dirimir dúvidas a respeito do edital. o problema apresentado não existe. a empresa consultante não

interpretou corretamente as fórmulas para apuração das notas do p2, p3 e p4. para demonstrar consideraremos apenas o primeiro exemplo do cálculo para o p2 que segundo a consulente resultaria em 10 pontos, quando na vdd o correto seria zero, ou seja, 5 é o valor do desconto proposto, então o correto seria $p2 - 2 \times (5 - 5 - \text{valor do desconto proposto})$, ou seja $p2 = 2 \times (0) = 0$.

D-) ANEXO VII DECLARAÇÃO – POLÍTICA DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

Pergunta: Sobre a Declaração de Responsabilidade Socioambiental, conforme informado no Edital na CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA do ANEXO IV - MINUTA DE CONTRATO e ANEXO VII. Em que momento da licitação ela deve ser apresentada? No Credenciamento ou na Habilitação? Ou ela deve ser apresentada na assinatura do contrato?

RESPOSTA: A assinatura do contrato.

QUESTIONAMENTO Nº 09

Poderão ser incluídos veículos que não trabalhem com tabela de preços, mas sim com leilão de mídia, como redes sociais e buscadores (ex: Facebook, Instagram, Google, LinkedIn)? Se sim, como devemos incluir, já que esses veículos não possuem tabelas?

RESPOSTA: Comunicação digital, em geral, não faz parte do objeto desta licitação e todos os serviços, como google, facebook e similares são considerados serviços de tecnologia.

QUESTIONAMENTO Nº 10

I - Levando-se em conta a orientação da comissão de licitação sobre a não utilização das redes sociais e mídia programática (compra como Google ads), precisamos ainda esclarecer se podemos comprar espaços em portais e outras categorias de veículos de mídia online (Verticais, Redes de vídeo, Redes de conteúdo, Redes de áudio) desde que seja pelo modelo tradicional de compra de publicidade online, ou seja, com tabela de preço por um período, quantidade de visualização e espaços específicos.

RESPOSTA: Sim, fazem parte da futura contratação a intermediação da agência, futura contratada, para compra de espaço publicitário no meio web.

II - Em relação à proposta técnica do Plano de Comunicação, podemos propor pesquisa quantitativa ?

RESPOSTA: compete a cada licitante decidir, livremente, como compor a sua proposta técnica, notadamente para atendimento ao subquesto 2 do quesito 3.

III - O briefing cita canais de comunicação próprios e de parceiros. É possível listar quais parceiros e quais canais seria possível a utilização sem custo?

RESPOSTA: O desenvolve sp como meios próprios possui: site da empresa e redes sociais, para o público externo. focados no publico interno, possui intranet e newsletter.

IV - De acordo com o novo avanço da pandemia e após o atual decreto de Lockdown, como ficarão os procedimentos da referida licitação? Manterão todos os prazos, inclusive de abertura da licitação?

RESPOSTA: Não, a sessão pública será reagendada oportunamente.

V - Aproveito ainda para perguntar quais são as dimensões do envelope padrão e qual é o material do envelope (Ex.: papel pardo, pasta de plástico etc.) ?

RESPOSTA: Essas informações devem ser verificadas pelo próprio licitante ao retirar o invólucro. como informado no edital, o invólucro padrão está à disposição para retirada pelos licitantes interessados, no endereço constante no edital.

QUESTIONAMENTO 11

1. Considerando as respostas dos questionamentos 1 e 7, onde vocês informam que redes sociais não fazem parte do objeto da contratação e que não deverá ser inserida na estratégia de comunicação e de mídia; e que Google deve ser considerado como serviço de tecnologia. Porém, na resposta do questionamento 9, vocês informam que Facebook e similares também devem ser considerados como serviço de tecnologia, questionamos:

a) Redes sociais (Facebook, Instagram, LinkedIn) **não devem constar da estratégia de comunicação**(serviços de tecnologia) e **estratégia de mídia digital**, correto?

RESPOSTA: sim, devem ser considerados serviços de tecnologia e não mídia.

b) As licitantes poderão considerar Google (Redes de Pesquisa / Redes de Display / Youtube) como **serviço de tecnologia** na estratégia de comunicação, correto?

RESPOSTA: sim, devem ser considerados serviços de tecnologia e não mídia.

2. Podemos considerar a compra de “**mídia programática**” como **serviço de tecnologia**?

RESPOSTA: Sim, devem ser considerados serviços de tecnologia e não mídia.

QUESTIONAMENTO 12

Gostaria de solicitar o esclarecimento abaixo:

Nos itens 5.8.1.2 e 5.10.3 alínea “a” do edital diz que “as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD”. Perguntamos, as peças de internet (exemplos: banners, posts de redes sociais, instagram stories etc) poderão ser apresentadas em layout impresso?

RESPOSTA: Sim