

A **COMISSÃO DE LICITAÇÃO DO CONSELHO REGIONAL DE EDUCAÇÃO FÍSICA – CREF2/RS**, vem prestar os esclarecimentos enviados pela agência Engenho de Idéias, conforme segue:

1) Qual a data de publicação do aviso desta licitação?

Resposta: O Edital foi publicado no site do Conselho, em Jornal de grande Circulação “Jornal do comércio” e no DOU em 08 de maio de 2017.

2) No subitem 10.6, do item JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS, é citado que ‘no cálculo da distribuição dos custos para produção e veiculação da campanha a que se refere o Plano de Comunicação Publicitária a licitante utilizará como referencial, uma verba de 249.000,00 e um período de divulgação constante do contrato.’

Porém, no Anexo II – Briefing, no item ‘DA VERBA E DO PERÍODO’, é determinado que o período de divulgação da campanha será de 01 de agosto de 2017 a 30 de setembro de 2017 e a verba disponível é de R\$ 80.000,00.

Perguntas:

2.1) A orientação correta é a que consta no Anexo II – Briefing?

Resposta: Vide Retificação do edital, item 10.6

10.6 No cálculo da distribuição dos custos para produção e veiculação da campanha a que se refere o Plano de Comunicação Publicitária a licitante utilizará como referencial, uma verba de 80.000,00 (oitenta mil reais), sendo que para o total do contrato será destinado o valor de R\$249.000,0(duzentos e quarenta e nove mil reais) e um período de divulgação constante do contrato.

2.2) Devemos elaborar o Plano de Comunicação Publicitária considerando uma verba de 80.000,00 e o período de 01/08/2017 a 30/09/2017?

Resposta: O Plano de Comunicação que será apresentado para fins de julgamento de proposta técnica deve considerar a verba de R\$80.000,00 (oitenta mil reais), visto se tratar de apenas publicidade de um evento. O valor de R\$ 249.000,00 (duzentos e quarenta e nove mil reais) engloba toda a publicidade a ser realizada durante o contrato de 1 ano.

3) O item 12 não esclarece quanto a forma de pontuação das propostas de preço.

Perguntas:

3.1) Qual será a forma de pontuação da Proposta de Preço?

3.2) Qual será a forma de pontuação e classificação entre os concorrentes que apresentarem diferentes percentuais de desconto e/ou de honorários?

3.3) No Anexo IV - Modelo de Proposta de Preço, os preços para os serviços descritos nos itens de (a) a (d) têm o mesmo peso no somatório da pontuação da Proposta de Preço?

3.4) Caso estes itens não tenham o mesmo peso, qual o peso que cada um deles terá?

Resposta: Vide Retificação do Edital Item 12.

12.2.1 A Comissão de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços internos previstos no item a do Anexo IV	P1 = 1,0 x Desconto
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos no item b do Anexo IV	P2 = 2,0 x (7,0 – honorários)
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos no item c do Anexo IV	P3 = 2,0 x (7,0 – honorários)
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos no item d do Anexo IV	P4 = 5,0 x (10,0 – honorários)

12.2.2. A pontuação de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no s itens “a”, “b”, “c” e “d” do Anexo IV, como segue: $P = P1 + P2 + P3 + P4$.

4) O item 10.3 do Edital informa que serão pontuados apenas os 4 quesitos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária (raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa e estratégia de mídia e não mídia).

Pergunta:

4.1) Considerar para fins de pontuação apenas o Plano de Comunicação Publicitária (Envelope nº 1), e não pontuar a Capacidade de Atendimento e Repertório (Envelope nº 3), não está contrariando o que determina a Lei 12.232/2010 no Art. 8º e no Art. 11º, § 4º, incisos I e V?

Resposta: Vide Retificação do Edital Item 10.

10.3.1 A pontuação das Propostas Técnicas deverá levar em consideração a importância de cada quesito, na seguinte metodologia:

a) Plano de Comunicação Publicitária 60 (sessenta) pontos, sendo:

Raciocínio Básico: 15 (quinze)

Estratégia de Comunicação Publicitária: 15 (quinze)

Ideia Criativa: 15 (quinze)

Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)

b) Capacidade de Atendimento: 20 (vinte) pontos.

c) Repertório: 20 (vinte) pontos.

Porto Alegre, 06 de junho de 2017.

Eliana Alves Flores

Presidente da Comissão de Licitação do CREF2/RS