



ATA DE ESCLARECIMENTOS (02/2023)

LICITAÇÃO nº 10017928 - CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIAS PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA A COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO – METRÔ

Encaminhamos perguntas e respostas referentes à Licitação acima, conforme estabelecido no item 20. Pedidos de Esclarecimentos do Edital.

- 1) Gostaríamos de entender qual o período de campanha e valor do investimento a ser planejado para o exercício criativo da Proposta Técnica.

RESPOSTA: Conforme as disposições do edital, no ANEXO I – Briefing, que diz:

“-Período - considerar a necessidade de divulgação, tanto num prazo curto (de 15 a 30 dias), quanto de médio e longo prazo (de 31 a 60 dias, médio prazo; e 61 a 90 dias, longo prazo; podendo estender-se por 120 dias);

- Desenvolvimento de ferramentas tornando possível ao cliente aferir os resultados alcançados pela ação de publicidade desenvolvida, especialmente voltadas para o público-alvo, especialmente de não-mídia;

* Verba estimada para o exercício criativo – R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais).”

- 2) Em relação ao item 5.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia, do edital de concorrência em epígrafe, requer que as propostas tenham:

a) apresentação em que o licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ele sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

No entanto, notamos que o briefing fornecido não traz informações sobre a verba referencial para o exercício criativo da campanha. Dado que é fundamental para todas as licitantes terem os mesmos parâmetros de informações, solicitamos esclarecimentos adicionais sobre os seguintes pontos:

Qual é a verba referencial para o desenvolvimento criativo da campanha? É importante que esse valor seja informado para que possamos embasar nossas estratégias e táticas dentro dos limites orçamentários estabelecidos.

RESPOSTA: Nos reportamos à resposta do questionamento nº 01.

- 3) Qual é o período da campanha? Informações sobre o período de duração da campanha são cruciais para o planejamento das ações e para a adequação das propostas apresentadas pelos licitantes.

RESPOSTA: Nos reportamos à resposta do questionamento nº 01.

- 4) Em relação ao vídeo "monstro" da campanha que visa materializar a ideia criativa, pedimos para confirmar se esse vídeo deve conter a apresentação geral da campanha, ou se deve ser específico para apresentar uma peça destinada à TV ou ao meio digital.

RESPOSTA: O licitante deve seguir as instruções do Edital, contidas no ANEXO I – Briefing, que diz:

“Junto com a apresentação das propostas técnicas deverá ser anexado um vídeo “monstro” da campanha no intuito de materializar a ideia criativa, e que será exemplo de material para TV ou para meio digital, a depender da estratégia de cada agência.”

- 5) No caso em que o vídeo "monstro" for para apresentar uma peça de TV, gostaríamos de entender qual diretriz deve prevalecer: as informações do briefing ou a determinação contida no item 5.3.3.3 do edital que menciona a possibilidade de apresentação através de storyboard animado ou animatic.

RESPOSTA: O licitante deve seguir ambas as instruções, vez que o vídeo monstro é apenas para

arquivos em vídeo.

- 6) Em relação aos critérios de julgamento do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, identificamos uma possível ambiguidade entre as alíneas a e b do Repertório, que parecem estar relacionadas aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. Para garantir um entendimento claro e correto dos critérios, solicitamos a devida confirmação dos seguintes pontos:

- Repertório: Solicitamos esclarecimentos adicionais sobre os critérios de avaliação para o Repertório apresentado pelas licitantes. As alíneas a e b do Repertório indicam critérios que parecem estar mais relacionados aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. Pedimos que sejam fornecidos os critérios específicos de julgamento para o Repertório, para que possamos apresentar nossas propostas de acordo com os parâmetros corretos.

- Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: Confirmar se as alíneas a e b mencionadas são de fato os critérios aplicáveis aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. Caso sejam os critérios corretos, agradecemos a confirmação. Entretanto, se houver outros critérios a serem considerados, solicitamos que nos forneçam a lista completa de critérios específicos para a avaliação dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

RESPOSTA: Os critérios para os subquestos Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação são distintos, claros e objetivos, não necessitando de esclarecimentos adicionais. Todos os critérios constam do edital não havendo critérios adicionais a serem apresentados.

- 7) Com relação ao requisito estabelecido no edital que determina que as peças de repertório devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas 'regularmente', solicitamos esclarecimentos adicionais sobre o que é considerado como 'regularmente'.

Desejamos compreender se existe um critério específico de periodicidade ou se há um padrão mínimo de veiculação, exposição ou distribuição que deve ser atendido para que as peças sejam consideradas em conformidade com o edital. Caso existam critérios definidos para a frequência, solicitamos que os mesmos sejam detalhados para garantir que possamos adequar corretamente nossas peças de repertório à exigência estabelecida."

RESPOSTA: A palavra "regularmente" não expressa nenhum critério específico não declarado no edital. Mas sim, que a peça tenha sido utilizada para o fim que se pretendia, ou seja, para um filme: a veiculação em TV, por exemplo, ou outro que admita. Para um spot: a veiculação em rádio, por exemplo, ou outro que admita este tipo de peça, etc...

- 8) Venho por este meio, solicitar os logos que devem constar nas assinaturas das peças criativas que as licitantes devem apresentar, bem como o manual de identidade.

RESPOSTA:

<https://www.metro.sp.gov.br/metro/institucional/marca>

<https://issuu.com/governosp/docs/20230216-apresentacao-logo>

- 9) O Metrô possui mídias próprias que possam ser usadas no exercício proposto no briefing do edital? Se sim, quais são elas e quais suas especificações técnicas (formatos, tamanhos, materiais e quantidades)?

RESPOSTA: O licitante deve considerar as disposições do Edital, no ANEXO I – Briefing, que diz: "A campanha deve levar em consideração a utilização dos veículos e canais de comunicação oficiais do Metrô de São Paulo, entre eles a comunicação interna, bem como peças de identidade visual na rede metroviária".

- 10) Podemos considerar também como mídia própria todos os formatos de painéis, TVs internas dos trens e espaços de mídia existentes dentro das estações de metrô, ainda que pertencentes a veículos

terceiros, para usar no exercício? Se sim, quais suas especificações técnicas (formatos, tamanhos, materiais, prazos e quantidades)? Se não, é correto o entendimento que todos os formatos de publicidade existentes no metrô deverão ser usados com investimento em mídia, através dos veículos licitados que já possuem a autorização de “exploração” dos espaços publicitários?

RESPOSTA: Não. O licitante deve considerar as disposições do Edital, no ANEXO I – Briefing: “Deve-se levar em consideração a utilização dos veículos e canais de comunicação oficiais do Metrô de São Paulo, entre eles a comunicação interna, bem como peças de identidade visual na rede metroviária. A estratégia de mídia deverá ser elaborada com custo de tabela cheia dos veículos, como exemplo. A não utilização de negociação prévia é para evitar discrepância entre os custos dos mesmos veículos entre as propostas.”

- 11) O Metrô utiliza alguma ferramenta de CRM para gestão e comunicação com públicos específicos? Se sim, qual?

RESPOSTA: Essa informação não influencia na apresentação do exercício criativo proposto. E não consta do Edital.

- 12) O Metrô possui páginas oficiais em redes sociais. Para utilização no exercício proposto pelo edital quais poderão ser usadas e quais seus respectivos endereços oficiais?

RESPOSTA: O licitante deve considerar as disposições do Edital, no Anexo I – Briefing, que diz: “A campanha deve levar em consideração a utilização dos veículos e canais de comunicação oficiais do Metrô de São Paulo, entre eles a comunicação interna, bem como peças de identidade visual na rede metroviária”.

- 13) O Metrô possui um Manual de Identidade Visual? Se sim, onde é possível obter este manual e a sua respectiva marca oficial?

RESPOSTA:

<https://www.metro.sp.gov.br/metro/institucional/marca>

<https://issuu.com/governosp/docs/20230216-apresentacao-logo>

- 14) Em busca no site do Metrô:
https://transparencia.metrosp.com.br/search/field_topic/pesquisas-28, encontramos a Pesquisa de Caracterização Socioeconômica do Usuário e seus Hábitos de Viagem - Sistema 2018. Esse documento é a última versão ou existe uma versão mais atual? Caso tenha versão mais atualizada, está disponível para o público?

RESPOSTA: O que temos disponível ao público externo está publicado no referido portal.

- 15) No item 2.1 do Briefing está descrito que “junto com a apresentação das propostas técnicas deverá ser anexado um vídeo “monstro” da campanha no intuito de materializar a ideia criativa, e que será exemplo de material para TV ou para o meio digital, a depender da estratégia de cada agência.” Entendemos que esse vídeo “monstro” entrará no cômputo das 10 peças solicitadas no item 5.3.3.3 do Edital. Está correto nosso entendimento?

RESPOSTA: Sim.



- 16) Ainda sobre esse mesmo trecho, o vídeo “monstro” deverá ser uma peça que descreve a ideia criativa em formato de vídeo ou apenas um dos exemplos de material e/ou peça dentro da campanha publicitária?

RESPOSTA: Deve-se seguir as disposições do Edital, no ANEXO I – Briefing, que diz: “Junto com a apresentação das propostas técnicas deverá ser anexado um vídeo “monstro” da campanha no intuito de materializar a ideia criativa, e que será exemplo de material para TV ou para meio digital, a depender da estratégia de cada agência”.

- 17) Para participação na licitação 10017928, é obrigatório o credenciamento no portal do Metrô ou apenas o credenciamento previsto no item 12.1 do Edital?

RESPOSTA: Somente o credenciamento previsto no item 12.1.

FABRÍCIO DE ASSIS ALVES
Chefe do Departamento de Compras

LUIS ALBERTO FERREIRA DIAZ
Gerente de Contratações e Compras