
ESCLARECIMENTOS**CONCORRÊNCIA Nº 002/2022**

O **SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM NACIONAL – SENAC** – Departamento Regional do Estado de Goiás, torna público, para fins de conhecimento dos interessados, esclarecimentos da licitação em epígrafe, que tem como objetivo a **contratação especializada na prestação de serviços de publicidade e propaganda do Senac Goiás**, conforme disposto abaixo:

1. A Subcomissão Técnica encarregada do julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência nº 002/2022 informa ter constatado que a soma da pontuação das alíneas 'a' a 'f' do subitem 12.2.1.4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia do Edital poderá alcançar 15 (quinze) pontos, mas que, conforme o subitem 12.1.3, àquele subquesto poderão ser atribuídos, no máximo, 10 (dez) pontos. Diante disso, devolveu a esta Comissão de Licitação as três propostas que lhe foram encaminhadas em 26.04.2022 e solicitou orientação sobre como proceder.
2. Considerando que a Administração do SENAC Goiás incumbiu a essa Comissão de Licitação a realizar todos os procedimentos necessários do início à finalização do certame licitatório, mediante as Ordens de Serviços nº 243/2022 e 271/2022;
3. Considerando que de acordo com disposto no Edital a soma das pontuações máximas das alíneas 'a' a 'f' do subitem 12.2.1.4 só poderá alcançar 10 (dez) pontos, conforme disposto no subitem 12.1.3;
5. Considerando, no espírito, o disposto no subitem 20.1.2 do Edital:

20.1.2 A Comissão de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital e seus anexos busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência, mediante despacho fundamentado, registrado em ata e acessível a todos os participantes.
6. Considerando, no espírito, o disposto no subitem 27.12 do Edital:

27.12 Os casos omissos neste Edital e as dúvidas quanto à sua aplicação serão resolvidos pelos membros da Comissão de Licitação, com suporte nas disposições do Regulamento de Licitações e de Contratos do Sistema Senac e na legislação pertinente.
7. Considerando o Regulamento de Licitações e Contratos do Senac/Go, instituído pela Resolução nº 958/2012, de 18.09.2012, e que em caso de omissão ou obscuridade aplicar-se a subsidiariamente as disposições disciplinadas na Lei de Licitações. Nesse sentido, tem-se que as alterações que não impliquem em nova divulgação, estão disciplinadas no §4º do artigo 21 da Lei 8.666/1993, no seguinte teor:

*Qualquer modificação no edital exige divulgação pela mesma forma que se deu o texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido, **exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das propostas.***

8. Considerando que o Edital prevê a distribuição das pontuações máximas das alíneas do subitem 12.2.1.4 de acordo com o grau de importância relativa de cada uma no conjunto do subquesto;

9. A solução que se harmoniza com o atingimento das finalidades da licitação e que preserva a lisura e o caráter competitivo da concorrência é no sentido de ajustar a pontuação máxima de cada alínea do subitem 12.2.1.4 de forma que não ultrapasse os 10 (dez) pontos máximos previstos no subitem 12.1.3 e que, ao mesmo tempo, mantenha o grau de importância relativa no conjunto do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia, vale dizer, a proporcionalidade de cada alínea tal como prevista no Edital.

10. Tudo isso considerado, efetua-se ALINHOS ao Edital da Concorrência em apreço, nos seguintes termos:

Onde se lê:

12.1.1 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

Leia-se:

12.1.1 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 99,9 (noventa e nove pontos e nove décimos) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

Onde se lê:

12.1.3 Aos quesitos ou subquestos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

Quesitos		Pontuação máxima
Plano de Comunicação Publicitária		
Subquestos	Raciocínio Básico	10 (dez)
	Estratégia de Comunicação Publicitária	20 (vinte)
	Ideia Criativa	25 (vinte e cinco)
	Estratégia de Mídia e Não Mídia	10 (dez)
Capacidade de Atendimento		15 (quinze)
Repertório		10 (dez)
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10 (dez)
Pontuação total		100 (cem)

Leia-se:

12.1.3 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

Quesitos		Pontuação máxima
Plano de Comunicação Publicitária		
Subquesitos	Raciocínio Básico	10 (dez)
	Estratégia de Comunicação Publicitária	20 (vinte)
	Ideia Criativa	25 (vinte e cinco)
	Estratégia de Mídia e Não Mídia	9,9 (nove inteiros e nove décimos)
Capacidade de Atendimento		15 (quinze)
Repertório		10 (dez)
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10 (dez)
Pontuação total		99,9 (noventa e nove inteiros e nove décimos)

Onde se lê:

12.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia

a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing: 03 (três) pontos;

b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia: 4,0 (quatro) pontos;

c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária: 2,0 (dois) pontos;

d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do Senac Goiás e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia: 2,0 (dois) pontos;

e) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do anunciante: 2,0 (dois) pontos;

f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência: 2,0 (dois) pontos.

Leia-se:

12.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing: 02 (dois) pontos;
- b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia: 2,7 (dois inteiros e sete décimos) pontos;
- c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária: 1,3 (um inteiro e três décimos) pontos;
- d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do Senac Goiás e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia: 1,3 (um inteiro e três décimos) pontos;
- e) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do anunciante: 1,3 (um inteiro e três décimos) pontos;
- f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência: 1,3 (um inteiro e três décimos) pontos.

11. Este esclarecimento será publicado nos mesmos canais em que se deu a publicização do Edital da Concorrência.

12. Efetivadas as publicações, incumbirá à Subcomissão Técnica dar prosseguimento aos procedimentos de sua competência.

Atenciosamente,

Comissão de Licitação

Senac Goiás