

## CONCORRÊNCIA NACIONAL NF 2182A-22

### SERVIÇOS DE ORGANIZAÇÃO E COORDENAÇÃO DE EVENTOS INTERNOS E EXTERNOS PARA A ITAIPU

#### ADITAMENTO 2

I) Em conformidade com o disposto em 1.4.1 do Caderno de Bases e Condições (CBC) da Concorrência Nacional NF 2182A-22, a ITAIPU responde perguntas formuladas por interessadas nesta licitação:

#### PERGUNTA 1

“No Anexo III - Requisitos para elaboração da Proposta Técnica, item 2.3.4.1 no subitem I, cita que: "Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação, exceto mídias digitais que não possuem tabelas”

É correto nosso entendimento que para a simulação do exercício na ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA para as mídias digitais podemos simular os valores via trading desk?”

#### RESPOSTA

Sim. É correto o entendimento de que os valores sejam simulados via trading desk. Favor informar, na estratégia, a fonte de referência para os valores.

#### PERGUNTA 2

“No Caderno de Bases e Condições, o item 2.6.6 determina que o recurso administrativo contra o julgamento da Habilitação somente poderá ser oferecido depois de concluída a fase de julgamento e classificação das Propostas Técnicas e de Preço, nos termos do disposto em 2.12. Já o item 2.8.1 determina que em Sessão Pública, convocada nos termos do subitem 1.6 deste CBC, a Comissão de Recepção abrirá, somente das empresas habilitadas, os invólucros nº 3 e nº 4 com o Plano de Comunicação Publicitária-Via Identificada e a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, respectivamente.

Perguntamos: não há uma incoerência nessa formulação, uma vez que o recurso contra o julgamento da Habilitação só poderá ser feito depois de julgadas as Propostas Técnica e de Preço e a abertura dessas propostas só poderá ser feita por quem já está habilitado?”

#### RESPOSTA

Nesta licitação está previsto somente uma etapa de apresentação de recurso administrativo, momento em que as proponentes poderão recorrer de maneira ampla contra o julgamento da documentação de todas as proponentes, inclusive protestar quanto à documentação de habilitação, conforme subitem 2.12.1 do CBC.

Caso a ITAIPU entenda necessário reformar eventual inabilitação de proponente em sede de recurso administrativo, o processo prosseguirá com a abertura dos Invólucros nº 3 e nº 4, fato que não acarretará prejuízo ao julgamento e sigilo da documentação do Invólucros nº 2, pois esta documentação já terá sido julgada pela CLNP, inclusive com a atribuição das notas, conforme preceitua o subitem 2.5.7.1:

*“2.5.7.1 Os Invólucros nº 3, nº 4 e nº 5 serão abertos somente após a conclusão do julgamento pela CLNP dos documentos de habilitação (Invólucro nº 1) e do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada (Invólucro nº 2).”*

Diante do exposto, é precipitada a alegação de incoerência neste procedimento.

### **PERGUNTA 3**

“o item A. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA CRIATIVA 1.1, do Anexo III, determina que o caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária deverá observar a seguinte formatação:

I. caderno único, orientação retrato e com as folhas soltas (sem espiral, grampo ou montadas em pranchas). Já o item B. APRESENTAÇÃO DA CAPACIDADE TÉCNICA não faz qualquer menção à formatação do caderno.

Perguntamos: o caderno do item B também deverá ter as folhas soltas (sem espiral, grampo ou montadas em pranchas)?”

### **RESPOSTA**

Sim. Pois isso facilita a digitalização dos documentos pela Comissão de Recepção.

### **PERGUNTA 4**

“O item 2.3.4.1 f) I, do Anexo III, determina que os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação, exceto mídias digitais que não possuem tabelas

Perguntamos: qual a data da publicação do Aviso de Licitação?”

### **RESPOSTA**

A publicação do edital ocorreu no dia 28 de agosto de 2023.

### **PERGUNTA 5**

“Já o item 2.4.3.3.1, do mesmo Anexo III, determina que a formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

Perguntamos: tendo em vista que vários clientes continuam trabalhando em esquema remoto, o referendo poderá ser feito de forma digital, utilizando-se plataformas como Contrato, Design, D4Sign, AdobeSign, entre outras?”

### **RESPOSTA**

Para a assinatura de documentos em forma eletrônica, a proponente deverá utilizar o certificado digital, e-CPF ou e-CNPJ, emitido em conformidade com a Medida Provisória 2.200/2001, nos termos do subitem 2.13 do CBC.

### **PERGUNTA 6**

“O item 2.3.3.1 da Ideia Criativa determina que todas as peças e/ou materiais que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação, com comentários circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

Perguntamos: estas peças deverão ser listadas em dois blocos diferentes - as peças corporificadas e as não corporificadas, separadamente?”

### **RESPOSTA**

Cumpridos os itens do edital, fica a critério da proponente. Desde que fique clara a descrição completa das peças corporificadas e não corporificadas.

### **PERGUNTA 7**

“A alínea “b”, inciso II, do item 2.4, do Anexo III dispõe:

b)a comprovação do vínculo com estes profissionais poderá ser feita: com as cópias simples dos registros no livro de registro da empresa, acompanhada pela GFIP gerada pelo sistema do Governo Federal com dados dos Ministérios da Fazenda e do Trabalho e Emprego ou com as respectivas carteiras de trabalho, contrato social ou contrato de prestação de serviços entre a empresa licitante e o profissional apresentado, comprovando a função exercida. Vedado o acúmulo de funções.

Pergunta-se: Em razão da LGPD é possível a substituição dos Contratos de Prestação de Serviços e/ou CTPS dos profissionais por Declaração de Disponibilidade dos mesmos, uma vez que em ditos documentos existem informações sensíveis, como CPF, RG e dados sobre a remuneração dos profissionais?”

#### **RESPOSTA**

Sim. É possível a substituição pela Declaração de Disponibilidade dos profissionais.

#### **PERGUNTA 8**

“O briefing prevê conceitos para Identidade e Posicionamento, a saber:

- Identidade (slogan institucional sugerido para a campanha):

“ITAIPU Binacional. Energia para um futuro sustentável”.

- Posicionamento (abordagem sugerida para a campanha):

“O resultado de ações em benefício das pessoas e do planeta”.

Pergunta-se: As licitantes devem utilizar os conceitos sugeridos acima ou propor uma nova identidade e posicionamento, se julgarem adequados?”

#### **RESPOSTA**

A identidade (slogan) e posicionamento que constam do briefing são sugestões. As proponentes podem utilizá-los ou criar novas identidade e posicionamento, desde que alinhadas com os conceitos propostos no briefing.

#### **PERGUNTA 9**

“Como “Objetivos de Comunicação” o Briefing estabelece:

- Expandir a percepção da ITAIPU como empresa comprometidas com o desenvolvimento sustentável do Brasil e do Paraguai, e com o avanço das metas da Agenda 2030, em especial no Estado do Paraná e sul do Estado do Mato Grosso do Sul, área de influência direta da margem brasileira da usina.”

Pergunta-se: Sabendo-se que recentemente foi lançado o projeto “Mais que energia”, como uma das ações de incentivo a projetos de sustentabilidade de Itaipu. Este pode ser citado nas peças da campanha, como um exemplo das ações de atuação da empresa?”

#### **RESPOSTA**

Sim. O programa “Itaipu Mais que Energia” pode ser citado na campanha.

#### **PERGUNTA 10**

“O edital é omissivo no que se refere à possibilidade de assinatura de documentos na forma eletrônica, exceto no que se refere ao Contrato.

Pergunta-se: O referendo aos Relatos de Solução de Problema de Comunicação e demais ATESTADOS/DECLARAÇÕES podem ser assinados em forma eletrônica através de certificado digital, e-CPF ou e-CNPJ, emitido em conformidade com a Medida Provisória 2.200/2001?”

#### **RESPOSTA**

Gentileza atentar-se à resposta da pergunta 5 deste Aditamento.

**PERGUNTA 11**

“Observando o Manual de Utilização de Marca e algumas telas do site, verificamos a existência de slogans utilizados pela empresa, como “Integração que gera energia e desenvolvimento” e “Itaipu. Mais do que que energia”. Mas o edital sugere o uso na campanha do slogan “Itaipu Binacional. Energia para um futuro sustentável”. Entendemos que para efeito da campanha a ser apresentada na concorrência devemos utilizar o slogan definido no edital - “Itaipu Binacional. Energia para um futuro sustentável”. Está correto nosso entendimento?”

**RESPOSTA**

Gentileza atentar-se à resposta da pergunta 8 deste Aditamento.

**PERGUNTA 12**

“As peças devem ser assinadas com a logomarca de Itaipu junto com a do Governo Federal?”

**RESPOSTA**

Não há exigência editalícia quanto ao tema, portanto fica a cargo da proponente utilizar a logo da ITAIPU em conjunto com a logo do Governo Federal.

**PERGUNTA 13**

“Entendemos que para efeito da licitação, com relação aos Públicos de Interesse e Praças definidos nos itens 6 b) e 7 a) do Briefing, devemos considerar todos os 399 municípios do Paraná e os 35 de Mato Grosso do Sul, além das duas capitais, e não apenas os 16 municípios lindeiros ao reservatório de Itaipu. Está correto esse nosso entendimento?”

**RESPOSTA**

Entendimento correto.

**PERGUNTA 14**

“O item 2.3.3.3 d) do Anexo III determina que deve ser apresentado um modelo de anúncio impresso (tipo revista), página dupla. Poderemos apresentar anúncio página dupla para jornal ou devemos ficar restritos apenas à revista?”

**RESPOSTA**

Para efeito de comparação entre as proponentes, deve-se seguir o proposto pelo edital e apresentar um anúncio de página dupla tipo revista.

**PERGUNTA 15**

“O item 2.3.3.3 b) do Anexo III determina que devemos apresentar roteiro para comercial ou jingle para rádio (spot 30”). A fim de melhor exemplificar essa peça, principalmente no caso de jingle, poderemos apresentar monstro gravado em pendrive?”

Para efeito de comparação entre as licitantes, serão considerados apenas os roteiros. Não serão aceitos materiais finalizados.”

**RESPOSTA**

Para efeito de comparação entre as proponentes, serão considerados apenas os roteiros. Não serão aceitos materiais finalizados.

**PERGUNTA 16**

“Considerando que contratos de trabalho, CTPS e outros documentos informados no edital item 2 do ANEXO III - REQUISITOS PARA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA, contém informações sensíveis e pessoais de nossas colaborações indo contra a LGPD, é possível comprovação do vínculo através de Declaração?”

## RESPOSTA

Gentileza atentar-se à resposta da pergunta 7 deste Aditamento.

## PERGUNTA 17

“Ainda sobre o ANEXO III - REQUISITOS PARA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA, é informado no item 1.1 que o Plano de Comunicação deverá ser um CADERNO ÚNICO, orientação retrato e com as folhas soltas (sem espiral, grampo ou montadas em pranchas). Considerando o volume de páginas que compõem o Plano de Comunicação no total composto pelo RB + EC + Relação de Peças + EMNM + Planilhas de Simulação, gostaríamos de recomendar que a comissão retificasse o item para o formato habitualmente utilizado nas licitações para contratações para agências de publicidade, espiral preto a esquerda.”

## RESPOSTA

Pedido indeferido. As folhas soltas possibilitam a digitalização e manuseio pela Comissão de Recepção.

Referente às perguntas 18, 19 e 20: “O Item 2.3.4.1, “f” do Anexo III diz que “I - Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação, exceto mídias digitais que não possuem tabelas”.

**PERGUNTA 18** As mídias digitais que não possuem tabelas de preços (ex.: Facebook, Google, Mídia Programática) poderão ser propostas na Estratégia de Mídia e Não Mídia?

## RESPOSTA

Sim. Entendimento correto.

## PERGUNTA 19

“Os valores referentes às mídias digitais que não possuem tabela deverão ser considerados como mídia ou como produção?”

## RESPOSTA

Deverão ser considerados como mídia.

## PERGUNTA 20

“As mídias digitais que não possuem tabela de preço devem ser compradas através de terceiros ou alocadas diretamente nas plataformas?”

## RESPOSTA

Gentileza atentar-se à resposta da pergunta 1 deste Aditamento.

## PERGUNTA 21

“As peças que vão ilustrar a Ideia Criativa deverão ser assinadas em conjunto com o Governo Federal?”

## RESPOSTA

Gentileza atentar-se à resposta da pergunta 12 deste Aditamento.

## PERGUNTA 22

“Qual slogan deverá ser considerado na assinatura das peças? “Integração que gera energia e desenvolvimento” ou “Mais que energia”?”

**RESPOSTA**

O briefing (anexo VI) apresenta como slogan sugerido “Energia para o desenvolvimento sustentável”. O slogan para as peças fica a critério da proponente, desde que de acordo com os conceitos propostos no briefing.

**PERGUNTA 23**

“No item 5 do Briefing - Identidade e Posicionamento, há uma sugestão de slogan institucional e de abordagem a serem utilizados na campanha. Porém, o subquesto “2.3.2 Estratégia de Comunicação Publicitária” (Anexo III), letra “a”, exige que sejam apresentadas a “explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com o Raciocínio Básico da licitante, devem fundamentar a proposta de solução publicitária”.

Podemos entender que o “conceito” descrito no item 5 do Briefing é apenas uma sugestão a ser trabalhada ou uma obrigatoriedade?”

**RESPOSTA**

Tratam-se de sugestões propostas no briefing. Não é uma obrigatoriedade.

**PERGUNTA 24**

“O item 7, 'b' do Briefing indica como meios próprios da ITAIPU a intranet e e-mails. Nesse sentido, questionamos se há outros meios próprios que poderão ser utilizados? Caso haja, quais seriam os meios próprios disponíveis?”

**RESPOSTA**

Para finalidade desta licitação, considerar apenas os meios sugeridos no briefing, como meras adaptações das peças utilizadas em comunicação externa, sem custos.

**PERGUNTA 25**

“Para fins de elaboração da Estratégia de Mídia e simulação do plano, qual a data de publicação do Aviso de Licitação?”

**RESPOSTA**

Gentileza atentar-se à resposta da pergunta 4 deste aditamento.

**PERGUNTA 26**

Conforme consta no Anexo VI - briefing no item 11:

“A ITAIPU disponibiliza, em <http://www.ITAIPU.gov.br/sala-de-imprensa/manual-de-utilizacao-da-logomarca>, os seguintes recursos:

1. Logomarca vetorial oficial;
2. Instruções básicas de aplicação;
3. Aplicação da logomarca da ITAIPU junto à logomarca do Governo Federal.”

Como determinado, estamos utilizando o terceiro item “Aplicação da logomarca da ITAIPU junto à logomarca do Governo Federal”, exatamente como arquivo fornecido no link acima (onde a logo da Itaipu está à esquerda e do Governo Federal está à direita). Porém, segundo o Manual de Identidade Visual (página 8), a logo da Itaipu utilizada nesta aplicação (formato horizontal) permite a inserção de slogan apenas do seu lado direito (que já está ocupado pela logo do Governo Federal).

Para solucionar esta questão, existe uma aplicação no Manual de Identidade Visual de Itaipu (página 18, subitem 1.2.1, “assinaturas governos”), com as logos do Governo Federal e Governo Paraguai. Entendemos que podemos usar esta aplicação nesta ordem de leitura a

seguir, ou seja da esquerda para direita: slogan + logo Itaipu + logo Governo Federal (atualizado), sendo retirada desta aplicação a logo do Governo Paraguaio e utilizando a versão vertical da logo da Itaipu, que permite a aplicação do slogan à esquerda do logo da Itaipu. Está correto o nosso entendimento?

**RESPOSTA**

Sim. Entendimento correto.

**PERGUNTA 27**

“Também como consta no briefing, no Item 5 “Identidade e Posicionamento”, o Posicionamento (abordagem sugerida para a campanha), traz a frase: “O resultado de ações em benefício das pessoas e do planeta”. Entendemos que esta frase é um direcionamento de comunicação, ou seja, ela não precisa ser utilizada “ipsis litteris” como está no briefing, mas deve ser traduzida da melhor forma na comunicação, seja em títulos, textos ou imagens. Está correto o nosso entendimento?”

**RESPOSTA**

Sim. Entendimento correto.

**PERGUNTA 28**

“De acordo com o item 2.4.5.3 da página 7 do CBC: “O invólucro nº 2 deverá ser apresentado à Comissão de Recepção fechado e sem rubrica.”

Para que haja um padrão de entrega entre as licitantes, poderiam nos instruir como o invólucro deve ser fechado?”

**RESPOSTA**

Para evitar a identificação dos proponentes, o Invólucro nº 2 deverá ser fechado mediante cola em sua aba. Para isso, recomenda-se a utilização de cola branca, cola bastão ou similar. Gentileza atentar-se ao item II deste Aditamento.

**PERGUNTA 29**

“Referente às peças corporificadas, componentes da ideia criativa, o Storyboard de comercial para televisão e o roteiro de comercial ou letra de jingle para rádio (spot - 30”) poderão ser impressos em papel A3, na orientação paisagem para facilitar a leitura?”

**RESPOSTA**

Sim. Entendimento correto. Gentileza atentar-se ao item II deste Aditamento.

**PERGUNTA 30**

“O item 2.5.8 do Caderno de Bases e Condições determina que a documentação contida nos Invólucro nº 1 e nº 2 será digitalizada pela Comissão de Recepção na Sessão Pública. Ato seguido, o(s) arquivo(s) eletrônico(s) será(ão) assinado(s) digitalmente por pelo menos um representante da ITAIPU, e caso haja interesse, por quaisquer representantes das proponentes que portarem certificado digital. Entendemos que é opcional a assinatura dos representantes das proponentes e que todos os participantes, mesmo os que não assinaram com certificado digital, terão acesso posterior à documentação digitalizada contida nos envelopes nº 1 e nº 2. Está correto esse nosso entendimento?”

**RESPOSTA**

Sim. Entendimento correto. Os interessados terão direito de vista ao processo licitatório, conforme 2.12 do CBC, bastando requerer no endereço indicado no Calendário de Eventos, Anexo I do CBC.

### PERGUNTA 31

“O Item 2.3.5.3 determina que os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do sub quesito Ideia Criativa deverão ser apresentados:

- I) Separadamente (soltas) do caderno de que trata o item 1., sem numeração de página;
- II) Devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro n o 2, observado o disposto no subitem 2.2, letra a.
- III) Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro n o 2 poderão ser dobradas.
- IV) As peças devem ser impressas em tamanho A3, podendo usar papel especial.

Entendemos que os exemplos de peças devem ser impressos em tamanho A3 e que, podendo ser dobrados, poderão ser apresentados em formato duplo A3. Está correto nosso entendimento?”

### RESPOSTA

Entendimento incorreto. As folhas A3 podem ser dobradas, mas não deve ser utilizado formato duplo A3. Favor se ater às orientações do edital, para que as peças produzidas pelas licitantes sigam todas o mesmo padrão.

I) Em conformidade com o disposto em 1.4.1 do Caderno de Bases e Condições (CBC) da Concorrência Nacional NF 2182A-22, a ITAIPU:

a) altera as letras “a” e “b”, subitem 2.3.3.3 do documento Requisitos para a Elaboração da Proposta Técnica, Anexo III do CBC para:

(...)

- a) 1 (um) storyboard de comercial para televisão de 30” (segundos), **centralizado na página A3 na orientação paisagem;**
- b) 1 (um) roteiro de comercial ou letra de jingle para rádio (spot - 30”), **centralizado na página A3 na orientação paisagem;**

(...)

b) altera o subitem 2.4.5.3 do CBC para:

(...)

**2.4.5.3** O Invólucro nº 2 deverá ser apresentado à Comissão de Recepção **indepassável, sem rubrica e fechado mediante cola em sua aba.**

(...)

c) disponibiliza em anexo a este Aditamento o CBC e os Requisitos para a Elaboração da Proposta Técnica, Anexo III do CBC, revisados.

II) Permanecem inalteradas as demais condições contidas no Caderno de Bases da Concorrência Nacional NF 2182A-22.

---

Emitido por: Divisão de Suporte Técnico

Data de emissão: 21 de setembro de 2023

---