

Primeiro Caderno de Perguntas e Respostas referentes à Concorrência nº 01/2022, cujo objeto é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

1. Assunto: Art. 179 da Constituição Federal de 1988. Tratamento favorecido e diferenciado para microempresas e empresas de pequeno porte.

Cumprimentando-o(a) cordialmente, refiro-me ao Edital nº **1/2022**, cujo objeto é a contratação de(o)(a) **Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda**. Considerando o teor do art. 179 da Constituição Federal de 1988, a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios deverão dispensar às microempresas e às empresas de pequeno porte, assim definidas em lei, tratamento jurídico diferenciado, visando a incentivá-las pela simplificação de uma série de obrigações.

Especialmente nas aquisições públicas, é importante que os editais de licitação prevejam e assegurem o tratamento jurídico diferenciado e favorecido aos pequenos negócios, sendo exceção a ausência de tal previsão.

Notadamente, por meio da ferramenta Defesa do Empreendedor (<https://www.gov.br/empreendedor/defesa>) identificou-se que o Edital nº **1/2022** não previu tal diferenciação. Nesse sentido, muito agradeceríamos retificá-lo para podermos garantir que os pequenos negócios que desejarem participar do certame possa usufruir do tratamento jurídico diferenciado e favorecido decorrente da Constituição.

Caso, por alguma especificidade do objeto a ser licitado, este não permita a concessão do diferenciado e favorecido aos pequenos negócios, peço que nos informem, a fim de aprimorar o Sistema de Defesa do Empreendedor brasileiro.

Resposta: : Observa-se que o processo licitatório em voga utiliza as orientações da SECOM, órgão diretor das boas práticas de comunicação do governo federal e dos integrantes do SICOM e, inclusive, responsável por elaborar modelo de edital padrão, disponibilizado no link:

<https://www.gov.br/mcom/pt-br/acao-a-informacao/licitacoes-e-contratos-1/EditalRetificado.pdf>

Dessa forma, seguimos a resposta enviada pelo órgão a qual pode ser encontrada no https://www.gov.br/mcom/pt-br/acao-a-informacao/licitacoes-e-contratos-1/25-11-21_caderno-de-perguntas-e-respostas_01a15.pdf

A participação de microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP) na presente licitação não se mostra viável em razão da complexidade dos serviços constantes do objeto a ser contratado.

A possibilidade de mudança do porte das empresas, em decorrência do aumento de faturamento e, conseqüentemente, da mudança de enquadramento de faixa, por ocasião da execução contratual, não foi a razão condicionante para vedar a participação desse tipo de empresa, visto que as mudanças de porte implicam apenas no tratamento diferenciado e favorecido a elas dispensado.

Caso fosse admitida a participação de microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP), na fase de habilitação essas empresas encontrariam dificuldade em comprovar a existência de patrimônio líquido no montante exigido no Edital, que corresponde a 1% do valor estimado da contratação, correspondente a R\$ 4,5 milhões, considerando a faixa de faturamento na qual estão enquadradas.

Além disso, de acordo com o §1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010, é necessário que a empresa, na qualidade de agência de propaganda, apresente condições técnicas para a prestação dos serviços contratados, na forma delineada pelo Edital, cujas condições técnicas são certificadas de acordo com os critérios determinados pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, compatíveis com a contratação pretendida.

Então, se houvesse permissão para essas empresas participarem da presente licitação, sem a análise minuciosa das repercussões desse permissivo para esse objeto de grande monta,

simplesmente baseada na premissa da norma que rege o assunto, no presente caso essa previsão editalícia pretendida, na prática, resultaria inócua, haja vista a dificuldade de cumprimento das exigências de habilitação e diante da complexidade dos serviços a serem prestados, que necessidade da apresentação de Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento expedido pelo CENP.

2. Na elaboração das Propostas poderão ser utilizados negrito, itálico e sublinhado?

Resposta: No quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, as licitantes deverão observar o subitem 11.2, o qual não apresenta vedação para o uso de negrito, de itálico, palavras em letras maiúsculas, nem de trechos sublinhados.

3. Poderão ser programadas formas inovadoras de comunicação em plataformas digitais (a exemplo do Google, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e YouTube), visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias. A licitante deverá informar o montante do investimento proposto no âmbito de sua estratégia, o nome do(s) fornecedor(es) e os indicadores-chave de performance (KPI), em harmonia com o disposto na alínea 'h' do subitem 11.3.4.2 do Edital desta concorrência.

Resposta: De acordo com o item 11.3.4.2, alínea h, deverão ser apresentados pelo menos os valores (percentuais e absolutos) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, não havendo vedação para apresentação de índices de desempenho das formas propostas.

4. O item 11.3.4.3, alínea a) do referido Edital determina que os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação. Qual é a data de publicação do Aviso de Licitação?

Resposta: O edital foi publicado dia 20/01/2022.

5. Considerando que o Google, Facebook e outras plataformas não possuem tabela e não remuneram com desconto padrão, entendemos que a compra desses meios deverá ser por Trading Desk, que possui tabela de mídia. Está correto o nosso entendimento?

Resposta: Não está correto o entendimento, deverá ser observado o disposto no item 11.3.4.2, alínea h do edital.

6. Qual logotipo deve assinar as peças do exercício criativo? Como podemos ter acesso ao seu manual de utilização?

Resposta: A marca e manual de utilização tema desse certame encontram-se no site: <https://www.gov.br/cidadania/pt-br/noticias-e-conteudos/selos-e-marcas>

7. No caso dos Relatos, o item 11.10.1 determina que a sua validação deve ser feita em documento apartado dos Relatos, assinado pelo cliente. Tendo em vista as dificuldades impostas pela pandemia, com vários clientes trabalhando em home office, os documentos poderão ser apresentados com assinatura digital, utilizando-se plataformas como Contrato, Design, Docusign, Clicksign, Adobe Sign, D4Sign, entre outras?

Resposta: Sim, desde que acompanhadas do IP de autenticação.

8. O item 11.2, alínea h determina que o Plano de Comunicação Publicitária deve ter texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos. Nesse texto poderão ser usados negritos, itálicos, palavras em caixa alta e sublinhadas?

Resposta: No quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, as licitantes deverão observar o subitem 11.2, o qual não apresenta vedação para o uso de negrito, de itálico, palavras em letras maiúsculas, nem de trechos sublinhados.

9. No item 11.6, em seus Subquesitos III e V, a sigla do Ministério da Cidadania aparece como sendo MCOM. Já nas Disposições Iniciais do Edital ela aparece como MC. Entendemos que é esta segunda a sigla que deve ser mencionada nos referidos Subquesitos. Está correta o nosso entendimento?

Resposta: Sim, MC é a sigla a ser utilizada para abreviar Ministério da Cidadania.