

São Paulo, 30 de março de 2022.

CONCORRÊNCIA Nº 13429/2022
ABERTURA: DIA 26 DE ABRIL DE 2022 – ÀS 10H00
OBJETO: “PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE E MARKETING DIGITAL PARA O SENAC SÃO PAULO E PARA A REDE SENAC EAD”.

CARTA DE ESCLARECIMENTOS III

Encaminhamos abaixo o questionamento e a respostas a todos os participantes:

1) A atuação da agência deve ser considerada: Planejamento estratégico de campanhas que ocorrem ao longo do ano + compra, gestão e operação de mídia, correto?

Resposta: De forma resumida, sim. Todos os detalhes da atuação da Contratada, poderão ser observados no Anexo XIII – Minuta Contratual, em especial, Anexo C

2) Sobre escopo: para efeitos de proposta comercial, podemos considerar que a volumetria de campanhas ao longo do ano pode ser a citada nas páginas 46 e 47 do edital?

Resposta: Sim.

3) Os estimados 26 milhões/ano são destinados a compra de mídia, produção + custos da agência?

Resposta: Sim, estimativa para todo o escopo do Contrato, com exceção do fee mensal que não está computado no valor.

4) Qual o prazo de pagamento de fornecedores do SENAC?

Resposta: Conforme consta no item § 1º da cláusula 9 da Minuta Contratual, página 58, o Senac precisa receber as notas fiscais para qualquer pagamento com no mínimo 15 (quinze) dias úteis antes do vencimento.

5) Sobre a proposta técnica: dentro dos 1 milhão, devemos considerar mídia + produção + agência?

Resposta: Sim. O valor estimado para o Processo C que é de R\$ 1.000.000 (um milhão de reais), deverá ser considerado para compra de mídia (veiculação), produção (terceiros), honorários sobre produção (terceiros) e sobre compra de mídia (veiculação).

6) Podemos ter anexo as 60 páginas?

Resposta: Conforme consta no "Formato da entrega" do exercício do Processo C, página 50, a licitante poderá entregar o exercício no formato que julgar necessário (slides, textos, imagens, planilhas, gráficos e anexos), porém, não ultrapassando 60 (sessenta) páginas no total incluindo os anexos.

7) As imagens (gráficos, KV, peças digitais) contam como conteúdo das 60 páginas?

Resposta: Sim.

8) O conteúdo da apostila deve vir em texto redigido, ou pode ser a nossa estratégia em ppt impresso?

Resposta: Conforme consta no Anexo XII, página 49, o formato de entrega do material impresso poderá ser: slides, textos, imagens, planilhas, gráficos e anexos. Que deverá ser entregue em uma única pasta ou espiral (encadernado), com páginas numeradas sequencialmente.

9) Quanto ao item 15.2 (abaixo), o que se trata o aumento/diminuição de escopo?

15.2 O Senac se reserva ao direito de aumentar ou diminuir o escopo do fornecimento, sem que caiba aos participantes/contratados qualquer direito de indenização ou compensação.

Resposta: A critério do Senac a demanda dos serviços estimados na contratação, poderão sofrer alterações, tanto para mais quanto para menos.

10) A assinatura do cliente na carta de referência pode ser digital?

Resposta: Conforme consta no item, o documento poderá ser assinado de forma original, cópia autenticada ou digital certificada. **Não serão** aceitas assinaturas digitalizadas que se confundam com cópia simples de assinatura.

11) A assinatura da proposta comercial pode ser digital?

Resposta: Sim.

12) Para a sugestão de encadernação dos itens de envelopes I, II e III, consideramos um único material com todos os itens compostos de cada envelope, ou devemos tratar 3 encadernações separadas?

Resposta: Poderá ser colocado em uma única pasta ou espiral (encadernado), os documentos dos processos A, B e C.

13) Todos os documentos precisam estar encadernados, ou apenas as credenciais da agência com cases e a proposta técnica?

Resposta: Os documentos constantes dos ENVELOPES I, II e III poderão ser preferencialmente encadernados, em espiral, e todas as folhas deverão estar rubricadas.

14) O encadernado da proposta técnica precisa estar no mesmo encadernado das credenciais?

Resposta: Não necessariamente, porém, as páginas dos 3 Processos (A, B e C) precisam estar numeradas sequencialmente e não poderá ultrapassar o limite de páginas que constam em cada processo.

15) Entendemos que a verba de google e facebook não deverá sair do investimento colocado no briefing, mas teremos que montar a estratégia. Para fins de estimativa de resultados e desenvolvimento da estratégia, qual verba devemos considerar para fazer o desenho do todo de mídia digital? Precisamos entender essa verba pra conseguir traçar as possibilidades dentro dessas duas plataformas.

Resposta: A estratégica e verba de Google Ads e Facebook Ads, são de responsabilidades do Senac e não deverão compor o exercício. A licitante poderá compreender que haverá ações feitas diretamente pelo Senac.

16) O processo seletivo será feito em unidades específicas de SP porém sabemos que pode haver interesse de pessoas de qualquer parte do estado. Podemos considerar o Estado de São Paulo como praça?

Resposta: Como já mencionado na própria pergunta, a oferta dos cursos presenciais – Processo Seletivo – 1º semestre de 2023 – são oferecidas nos três campi, sendo eles: Campus Santo Amaro, Campus Campos do Jordão e Campus Águas de São Pedro, além das unidades Senac Lapa Scipião e Senac Tiradentes. Caberá a licitante determinar a praça para divulgação.

17) Podemos considerar uso de DMP e CRM?

Resposta: Sim, podem.

18) Nossa meta é captar 2.000 novos alunos através do processo seletivo?

Resposta: Conforme consta no item "e" na página 54, o processo seletivo contará com 2.500 vagas.

19) Estratégia

- Qual o posicionamento do SENAC?
- Há informações sobre quais campanhas anteriores deram mais certo?
- Qual é a proporção de estudantes oriundos de escolas públicas e privadas no quadro de alunos atualmente?
- Os cursos ofertados se dão de forma exclusivamente presencial? Ou híbrida ou EAD?
- Entre os cursos oferecidos, existem prioridades a serem comunicadas, ou alguma frente que funcione como "chamariz" ou em cuja atuação o Senac se destaca?
- Quais marcas consideram os principais concorrentes?
- O que consideram como principais diferenciais do Senac perante a concorrência?
- Quais são os principais fatos que embasam esse objetivo do briefing?

Destacar a relevância de sua contribuição na qualificação de profissionais para o setor de comércio e serviços.

(Ex: % de alunos empregados na área após a formatura, projetos sociais, programas de inovação)

- Existe algum guide de identidade ou diretrizes visuais para serem seguidas obrigatoriamente? Se sim, podem nos passar, por favor?

Resposta: Todas as informações necessárias para elaboração da Proposta Técnica, estão disponibilizadas no Edital, em especial:

- Anexo X – páginas 38 a 44
- Anexo XI – páginas 45 a 48
- Anexo XII – páginas 49 a 55

Lembramos que o portal do Senac, www.sp.senac.br/vestibular poderá ser consultado como fonte de pesquisa para a elaboração da Proposta.

20) A atuação da agência deve ser considerada: Planejamento estratégico de campanhas que ocorrem ao longo do ano + compra, gestão e operação de mídia, correto?

Resposta: De forma resumida, sim. Todos os detalhes da atuação da Contratada, poderão ser observados no Anexo XIII – Minuta Contratual, em especial, Anexo C.

21) Sobre escopo: para efeitos de proposta comercial, podemos considerar que a volumetria de campanhas ao longo do ano pode ser a citada nas páginas 46 e 47 do edital?

Resposta: Sim.

22) Os estimados 26 milhões/ano são destinados a compra de mídia, produção + custos da agência?

Resposta: Sim, estimativa para todo o escopo do Contrato, com exceção do fee mensal que não está computado no valor.

23) Sobre a proposta técnica: dentro dos 1 milhão, devemos considerar mídia + produção + agência?

Resposta: Sim. O valor estimado para o Processo C que é de R\$ 1.000.000 (um milhão de reais), deverá ser considerado para compra de mídia (veiculação), produção (terceiros), honorários sobre produção (terceiros) e sobre compra de mídia (veiculação).

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO