



**MINISTÉRIO DO TURISMO
COORDENAÇÃO DE LICITAÇÕES**

Esplanada dos Ministérios, Bloco U, 2º/3º andar - Bairro Zona Cívico-Administrativa, Brasília/DF, CEP 70065-900
Telefone: - www.turismo.gov.br

Processo nº 72031.011712/2021-31

Concorrência nº 01/2022

Objeto: Contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação corporativa.

Assunto: Resposta aos questionamentos realizados na Concorrência 01/2022.

QUESTIONAMENTO 1

Cumprimentando-o(a) cordialmente, refiro-me ao Edital nº 1/2022, cujo objeto é a contratação de(o)(a) Serviços de comunicação corporativa.

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 retifica-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:

A questão formulada já foi objeto de análise por parte do Ministério das Comunicações, em processo licitatório análogo e que obteve a seguinte resposta, cujo teor reproduzimos em parte e ratificamos:

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 10% do valor estimado da contratação, correspondente a R\$ 1,5 milhão, considerando a faixa de faturamento na qual estão enquadradas. Por outro lado, a grandeza do objeto impõe que se exija da futura contratada comprovação de capacidade técnica e financeira para fazer frente às obrigações que decorrerão do futuro contrato.

Então, se houvesse a previsão de tratamento diferenciado 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. Além disso, acrescenta-se que a licitação é processada na modalidade Concorrência, tipo Melhor Técnica, onde o preço torna-se elemento de negociação com a empresa que obtiver a melhor pontuação na fase técnica. Não seria possível, desta forma, estabelecer critério de benefício ou diferenciação às microempresas e empresas de pequeno porte.

QUESTIONAMENTO 2

Prezada Comissão de Licitação, apresentamos, a seguir, pedido de esclarecimentos:

Para o Quesito 1 da Via Não Identificada, com exceção das peças, será possível, nos textos, utilizar-se de negrito, itálico e sublinhar?

RESPOSTA:

Sim

Ainda para o Quesito 1 da Via Não Identificada, será possível utilizar-se de notas de rodapé? Em caso positivo, qual tamanho de fonte será permitido?

RESPOSTA :

Sim. A fonte poderá ser a que habitualmente se utiliza para este fim desde que se preserve a leitura

Na Habilitação, para cumprimento do subitem a2 do item 11.2.3 - Qualificação Técnica - é o correto o entendimento que os atestados de capacidade técnica não precisam ter a quantidade numérica de cada serviço prestado, mas somente a nomenclatura do serviço? Por exemplo: é correto o entendimento de que não há necessidade do atestado mencionar que a Licitante fez 250 textos em língua portuguesa para o atestante, mas só é necessário constar que a Licitante elaborou textos em língua portuguesa para a atestante, sem mencionar a quantidade?

RESPOSTA:

Sim. Está correto o entendimento.

QUESTIONAMENTO 3

No Apêndice III do Projeto Básico (Briefing), o Ministério do Turismo apresenta detalhadamente sua estrutura organizacional derivada da união da pasta com o antigo Ministério da Cultura, transformado então em Secretaria Especial da Cultura. Da mesma forma, os órgãos colegiados que contribuem para a formulação de políticas nas áreas do turismo e da cultura estão apresentados no documento, além das importantes entidades vinculadas, como Ancine, Iphan, FCRB, FCP, entre as demais ali citadas. Um diagnóstico preciso da exposição da imagem do Ministério nos meios de comunicação aponta para uma visibilidade significativa dessas entidades, inclusive em ocasiões consideradas polêmicas pela imprensa. Apesar disso, o Desafio de Comunicação trata marginalmente a área da Cultura, especialmente nos itens de “a” a “d” situados na página 9 do documento. O objetivo específico de comunicação mencionado na página 10 deixa essa percepção ainda mais nítida ao explicitar: “Criar estratégias de comunicação institucional para divulgar as ações desenvolvidas pela Pasta para promover a retomada do turismo doméstico mostrando o Brasil como o melhor local para o brasileiro estar e estimulando o interesse nos brasileiros de conhecerem cada vez mais os destinos turísticos e a cultura regional brasileira, gerando por meio de ações de comunicação, o desejo de viajar pelo território nacional”. Ainda nesse sentido, é importante ressaltar que o Ministério do Turismo apontou, como justificativa para a concorrência, o aumento substancial de demandas por serviços de comunicação mediante a atuação conjunta do Turismo e da Cultura.

Diante disso, pergunta-se:

Qual é a ênfase prevista no Briefing para a Cultura dentro do plano de recuperação turística?

RESPOSTA:

O briefing contém as informações necessárias à elaboração da proposta. Caberá à licitante dar a ênfase e enriquecer a sua proposta com as informações que entenda melhor atender aos critérios apresentados.

De que maneira a proposta a ser apresentada poderá refletir a perspectiva de atuação da Pasta em suas funções reais e atuais, diante da limitação do Briefing quase restritamente aos aspectos turísticos?

RESPOSTA:

A proposta deverá ser elaborada baseada nas informações apresentadas pelo Briefing. Dentre a diversidade de abordagens possíveis, relacionadas às atividades do Ministério do Turismo, que poderia ser apresentada às licitantes em forma de desafio, esta foi a abordagem definida e que será considerada, quando da avaliação das propostas apresentadas, relativamente ao exercício proposto no presente briefing.

QUESTIONAMENTO 4

O Projeto Básico do edital indica, no item 1.1.3 que “os serviços previstos no subitem 1.1 [RELATIVO AO OBJETO DA CONCORRÊNCIA] não abrangem atividades com natureza distinta da comunicação corporativa do Ministério do Turismo, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas”. No entanto, entre os serviços complementares que poderão ser contratados pelo Ministério, estão diversas atividades que extrapolam os serviços

indicados no edital e se chocam com contratações específicas, como organização de eventos – o que indica eventual superposição de contratos, ferindo as recomendações de otimização de recursos na administração pública. Tais serviços extrapolam “a interação com os diversos veículos de comunicação com a finalidade de sistematizar e padronizar as atividades no que se refere ao relacionamento com os veículos de imprensa”, como exposto no item 3.13 do Projeto Básico. Ao mesmo tempo, há serviços listados como complementares que claramente poderiam estar contidos entre os serviços essenciais, tais como aqueles relacionados como “Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas”, que poderiam abranger “Capa de CD”; “Capa de Catálogo”; “Capa de Livro”; “Cartaz”; “Certificado”; “Convite”; “Certificado”; “Convite e-mail marketing”; “Diploma”; “Ficha de inscrição”; “Folheto simples” – bem como elaborado e técnico; “Marcador de Página”, apenas para citar alguns. Da mesma forma, ao mesmo tempo em que há produtos essenciais relacionados à produção de conteúdo audiovisual, como vídeos, podcasts, fotografias e textos, na relação de produtos complementares também aparecem: “Editor de Vídeo”; “Digitador”; “Cinegrafista”; “Fotógrafo”; “Revisor de texto”.

Diante das duplicidades citadas, pergunta-se:

Como as licitantes devem prever, em sua precificação e composição de equipes, a realização desses serviços enquanto essenciais ou complementares?

RESPOSTA:

O edital estabelece com clareza quais são os serviços essenciais, ou seja, aqueles listados no apêndice I do anexo I do edital. Quanto aos serviços complementares, observar o disposto no item 4.2.1.1. e seguintes do Anexo I do edital e, ainda, a lista de categorias exemplificada no apêndice II do anexo I do edital.

No Anexo VI (Briefing), além de causar estranheza a semelhança do desafio proposto pelo Ministério do Turismo com a recente concorrência feita pela Embratur, no Desafio de comunicação, é pedida uma série de análises. "É necessária a apresentação dos insumos e análises realizadas durante a elaboração do planejamento que contemplem principalmente: a) levantamento de informações e análise do ambiente e dos cenários do turismo doméstico e do Ministério do Turismo e de suas temáticas; b) desenvolvimento de matriz estratégica dos objetivos da comunicação corporativa do Ministério do Turismo em suas temáticas de atuação; c) diagnóstico da exposição da imagem do Ministério do Turismo e de suas temáticas, a partir de análise quantitativa e qualitativa da sua presença nos meios de comunicação, no período de junho a novembro de 2021; d) Proposta de ações de comunicação, com a indicação dos meios para implementá-las e dos públicos-alvo, considerando as praças elencadas neste briefing e outras por ventura identificadas a partir de diagnósticos realizados."

Diante disso, pergunta-se:

Quais as temáticas que devem ser abordadas na análise do ambiente e dos cenários, na matriz estratégica e no diagnóstico da exposição de imagem?

RESPOSTA:

A decisão caberá à licitante.

Para o diagnóstico da exposição de imagem, devemos considerar meios de comunicação on-line e *offline* nacionais?

RESPOSTA:

Sim.

O Ministério do Turismo vai disponibilizar o clipping de junho a novembro de 2021?

RESPOSTA:

Não, pois o clipping não integra o rol de documentos que devem acompanhar o edital e seus anexos.

Em nome da isonomia, as licitantes não estariam em desvantagem para produzir o diagnóstico e a matriz estratégica em relação à atual agência que atende o Ministério?

RESPOSTA:

Não, pois a consistência, abrangência, diversidade de meios e a escolha de palavras-chave são elementos importantes na composição e formatação do clipping que será adquirido pelas licitantes e que será utilizado na elaboração da proposta.

QUESTIONAMENTO 5

O Apêndice III do Projeto Básico, em seu item 1, indica os elementos que deverão compor a Apresentação da Proposta Técnica, subdivididos em três quesitos e seus respectivos subquesitos, incluindo os limites de páginas apontados nos itens 1.2.6 e 1.2.7. A composição dos subquesitos do Plano de Comunicação Corporativa está detalhada, por sua vez, no item 1.3. Entre o conteúdo exigido das propostas e relacionados nos itens supracitados, não há menção aos “insumos e análises” mencionados no Briefing como elementos a serem necessariamente apresentados durante a elaboração do planejamento. Para se evitar a ambiguidade de interpretação quanto aos itens específicos a serem incorporados na proposta técnica e para a exequibilidade de apresentação de dados dentro do limite de páginas exposto no Projeto Básico, pergunta-se:

Qual exatamente deve ser a relação entre os itens 1.2.6 e 1.2.7 do Projeto Básico e os itens “a” a “d” do Briefing, reproduzidos acima? Em outras palavras, qual é a estrutura válida para a formatação da proposta técnica?

RESPOSTA:

A licitante deverá observar os limites de páginas fixadas no edital e seus anexos e apêndices.

Posteriormente, foram trazidos os seguintes questionamento:

Considerando o texto do item 11.2.3. Qualificação Técnica, alínea a2) que diz: “para cumprimento da presente exigência a licitante deverá comprovar experiência de no mínimo 3 (três) anos, na execução de pelo menos 70% (setenta por cento) dos Produtos e Serviços Essenciais, previstos nos subitens 1.1.1, 1.1.2, 1.2.1, 1.2.4, 1.4.1, 1.4.3.2, 1.4.4.1, 1.4.5.1, 1.4.5.2, 1.5.1, 1.5.2, 1.5.3, 1.5.7, 1.6.1, 1.6.3.1, 1.6.3.2, 1.6.7, 1.6.9, 1.6.10, 1.7.2, 1.8.3, 1.8.4, 1.8.5 relacionados aos produtos e serviços essenciais de maior relevância para o contratante do Apêndice I do Anexo I deste Edital.”

Entendemos que os produtos e serviços descritos são: “1. Assessoramento direto de Comunicação, 1.1.2 Atendimento às Demandas do CONTRATANTE, 1. Plano de ações de comunicação, 1.2.4 Mapa de influenciadores, 1. Atendimento à imprensa nacional, regional e internacional, 1.4.3.2 Organização de entrevistas coletivas em ambiente digital, 1.4.4.1 Media

Training, 1.4.5.1 Planejamento de Press Trip, 1.4.5.2 Acompanhamento de Press Trip, 1.5.1 Análise de jornais, revistas e portais de notícias, 1.5.2 Auditoria de imagem, 1.5.3 Clipping nacional - jornais, revistas e portais de notícias, 1.5.7 Monitoramento de conteúdo nas redes sociais, 1.6.1 Elaboração de texto em língua portuguesa, 1. Reportagem em Vídeo, 1.6.3.2 Videodepoimento, 1.6.7 Planejamento para produção de conteúdo institucional no ambiente online, 1.6.9 Produção de conteúdo para ambiente online, 1.6.10 Moderação de conteúdo publicado no ambiente online, 1.7.2 Gerenciamento nacional, 1.8.3 Diagramação de apresentações eletrônicas, 1.8.4 Infográficos estáticos e/ou impressos, 1.8.5 Infográfico dinâmico”. Está correto nosso entendimento?

RESPOSTA:

Sim. Está correto.

Entendemos que a quantidade prevista na “planilha de estimativa anual de execução e preços unitários dos produtos e serviços essenciais refere-se apenas a uma estimativa e poderá ser alterada, de acordo com a necessidade e autorização da CONTRATANTE, tanto para a elaboração da Proposta Técnica quanto da execução contratual. Está correto nosso entendimento?

RESPOSTA:

Sim. Está correto.

Entendemos que por erro formal, a formatação do item 1.2 do Apêndice III deveria ser itens de “a” até “j” e não com numeração de 2 a 10. Está correto nosso entendimento?

RESPOSTA:

Sim. Está correto.

Entendemos que por erro formal, a formatação dos itens 1.3.1, deveria ser itens de “a” até “d” e não com numeração de 1 a 4. Está correto nosso entendimento?

RESPOSTA:

Sim. Está correto.

Entendemos que por erro formal, a formatação dos itens 1.3.2, deveria ser itens de “a” e “b” e não com numeração de 1 e 2. Está correto nosso entendimento?

RESPOSTA:

Sim. Está correto.

Entendemos que por erro formal, a formatação dos itens 1.3.3, deveria ser itens de “a” e “b” e não com numeração de 1 e 2. Está correto nosso entendimento?

RESPOSTA:

Sim. Está correto.

JOÃO PRIMO MINARI JUNIOR

Presidente da Comissão Especial de Licitação



Documento assinado eletronicamente por **Joao Primo Minari Junior, Coordenador**, em 09/05/2022, às 16:09, conforme horário oficial de Brasília.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <http://validacao.turismo.gov.br>, informando o código verificador **1517540** e o código CRC **5ADFB91E**.
