

## **COMUNICADO DE QUESTIONAMENTOS nº 003/2010-CEL**

**Prezados(as) Senhores(as),**

**O presente tem por objetivo divulgar respostas às solicitações de esclarecimentos/questionamentos, referentes à Concorrência nº 01/2010, que tem como objeto a contratação de empresa(s) prestadora(s) de serviço(s) de consultoria e execução de relações públicas e assessoria de imprensa, para divulgar o Brasil no exterior enquanto destino turístico, conforme especificações constantes do Projeto Básico (Anexo I do Edital)**

### **RESPOSTAS AOS QUESTIONAMENTOS DA EMPRESA CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA:**

1. Os valores referentes aos Horas/Homem a serem propostos pelas licitantes deverão incluir, além dos termos do ANEXO VI – PLANILHA DE PREÇO DA PROPOSTA, as despesas de remessa de divisas para pagamentos à parceira, filial e/ou subsidiária no exterior (ISS, PIS, Cofins, CIDE e IOF)?

R: Ver item 9.6 do edital.

2. Quais os documentos deverão ser apresentados por licitantes internacionais que ainda não tenham sede no Brasil na data de abertura das propostas (14/05/2010), e portanto não tenham obrigação de ter os documentos elencados no item 7.3.2 – Regularidade Fiscal do Edital?

R: Ver item 4 do edital.

3. Segundo esclarecimentos prestados anteriormente pela CEL, todos os pagamentos de Horas/Homem serão feitos à licitante adjudicatária, cabendo à mesma os pagamentos de suas parceiras, filiais ou sucursais internacionais. Com isso, tais pagamentos serão bitributados quanto ao ISS, PIS e Cofins, pela tributação ocorrer no faturamento da licitante e na remessa das divisas para pagamentos feitos para o exterior, aumentando significativamente os custos dos serviços para a EMBRATUR, reduzindo o volume de serviços prestados dentro da mesma verba prevista. Pergunta-se: há possibilidade de alterar essa sistemática, passando a EMBRATUR a fazer os pagamentos diretamente às parceiras internacionais?

R: Ver item 19.1 do edital.

## **RESPOSTAS AOS QUESTIONAMENTOS DA EMPRESA TEXTUAL**

Na página 50 do Anexo I - item 5.2 - relação das atividades:-

Clipagem impressa e eletrônica de notícias sobre a Embratur e assuntos que tenham relevância para o segmento turístico brasileiro, publicadas e/ou veiculadas nos órgãos de imprensa no exterior;

Pergunta: No caso do lote 4, devemos prover esse serviço relativo à mídia brasileira ou a Embratur já dispõe desse serviço?

R: A clipagem poderá, se conveniente e oportuno para a EMBRATUR, ser demanda como serviço a ser subcontratado.

## **RESPOSTAS AOS QUESTIONAMENTOS DA EMPRESA BURSON-MARSTELLER**

Estamos entendendo que para o Repórter Fotográfico e para o Repórter Cinematográfico, funções que normalmente os profissionais do mercado, mesmo fora do Brasil, não tem curso superior, será admitida a utilização destes, desde que comprovada a competência, capacidade e experiência exigidas no edital, mesmo que não tenham

nível superior - “formado em Comunicação Social”. Está correto este entendimento?

R: Ver item 14 do projeto básico.

## **RESPOSTAS AOS QUESTIONAMENTOS DA EMPRESA IN PRESS PORTER NOVELLI**

O valor total da proposta por lote a ser apresentado no Anexo IV seria **a soma** do Total da coluna “Conversão para Real” da Tabela Hora/Homem + o Total da coluna “Valor Deslocamento” das Tabelas de Deslocamentos + o Total da coluna “Valor Diária” da Tabela de Diárias?

R: Ver item 13.6 do edital.

## **RESPOSTAS AOS QUESTIONAMENTOS DA EMPRESA INFORME ASSESSORIA E COMUNICAÇÃO**

1. O item 9.3.1 do Edital informa para as licitantes cotar o valor hora/homem conforme dados e informações que constam na planilha orçamentária (Anexo IV). No Anexo IV, página único nº 131, não encontramos dados que possibilitem o entendimento correto do que deve ser apresentado na proposta de preço. Pergunta: Além das tabelas do Anexo V, devidamente preenchidas para cada lote conforme outros questionamentos, o que mais deve fazer parte do envelope nº 3 – Proposta de preço?

R: Ver item 9 do edital e Anexo IV (pg.131/148)

2. Os valores apontados na tabela de diárias, Anexo V, devem fazer parte do valor final apresentado na proposta? Ou somente serão válidos como base para futuras operações de trabalho e posterior ressarcimento por parte da Embratur?

R: Os valores de diárias estão no Anexo IV. Ver item 13.6 do edital.

3. Os valores apontados nas tabelas de deslocamentos, Anexo V, devem fazer parte do valor final apresentado na proposta? Ou somente deveremos considerar para o valor final da proposta 5 (cinco) viagens internacionais e 1 (uma) nacional para os lotes 1,2 e 3; 5(cinco) viagens nacionais e 01(uma) internacional para o lote 4?

R: Os valores apontados como deslocamentos estão no Anexo IV. Ver item 11 do edital.

4. Qual o entendimento da Embratur perante aos custos na palavra “viagens” da pergunta acima? Ou seja, os custos apresentados na proposta de preços devem contemplar somente deslocamentos ou diárias também?

R: Existe uma planilha específica para cada item. Ver anexo IV do edital.

5. Caso a resposta acima informa que teremos que cotar diárias no valor final da proposta de preços, qual a previsão de dias para cada viagem?

R: O valor da diária deverá custear as despesas de alimentação, hospedagem e transporte (exceto passagens aéreas) do profissional da contratada a serviço da EMBRATUR. O valor proposto será multiplicado pelo total de dias em que o profissional permanecer viajando.

6. O percentual de honorários sob contratação de terceiros fará parte da avaliação do Índice de Preços (IP)? Ou seja, está correto nosso entendimento de que, por exemplo, dois concorrentes que coloquem por eventualidade o mesmo preço no valor final e percentuais de honorários sob terceiros diferentes terão a mesma nota no IP?

R: Ver item 13.6 do edital.

## RESPOSTAS AOS QUESTIONAMENTOS DA EMPRESA SANTAFÉ IDÉIAS

1 – Em relação ao item “CRITÉRIOS DE APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS”, ANEXO III que diz que: “Para efeito do julgamento no parâmetro 4 (Análise Editorial e Auditoria de Imagem Projetada na Mídia), a proponente deverá apresentar: relatório sobre a exposição da Embratur e do Brasil enquanto destino turístico nos veículos de comunicação dos mercados estabelecidos em cada lote, no período de 31/07/2009 a 31/01/2010, com análise detalhada dos pontos favoráveis e desfavoráveis observados pela proponente, demonstrando, por meio de gráficos e outra ferramentas, a visibilidade dos produtos turísticos nacionais.

PERGUNTA: No caso do lote 4 Institucional a Análise Editorial e Auditoria de Imagem Projetada na Mídia deverá contemplar apenas os veículos da mídia nacional?

R: A definição dos veículos (págs. 126 e 127) teve por objetivo estabelecer um universo equânime para os proponentes. Assim, o proponente deverá limitar-se aos veículos listados.

Os relatórios devem referir-se ao lote de interesse da proponente, ficando a critério da proponente a eleição dos veículos, dentro do rol estabelecido nas páginas 126/127 do edital.

No caso do lote 4, para efeito de julgamento, será considerado o mesmo rol de veículos. A proponente deverá considerar que o fortalecimento institucional da EMBRATUR **no Brasil** está diretamente relacionado à imagem do país no exterior, enquanto destino turístico

2 – Em relação o item 4 – DAS CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO, poderá participar empresa com “acordo operacional”, no mesmo molde do solicitado pela Secom em sua última licitação internacional?

R: Para julgamento dos parâmetros 2 e 3, sim.

3 – O ponto 5 do Edital (página 5), no sub-item 5.1 estabelece que “as proponentes poderão optar por participar em apenas 01 (um) ou em todos os (04) lotes”. A proponente que estiver habilitada e com certificados de habilitação para concorrer em mais de um lote do Edital, porém não em todos os quatro, poderá apresentar proposta para concorrer em mais de um deles?

R: Sim.

4 – O Anexo II, Briefing, no que se refere ao Lote 04 – Institucional (página 117) estabelece que a “A proponente deverá estabelecer um plano estratégico de assessoria de imprensa e de relações públicas que apresente a melhor forma da Embratur repercutir essas matérias na Imprensa brasileira, levando ao conhecimento do segmento turístico e da população em geral – o olhar estrangeiro sobre os destinos e atrações turísticas do Brasil”. Este ponto se refere a repercussão de matérias estrangeiras sobre turismo na mídia nacional. No entanto, a análise de clipping solicitada pela Embratur para os 04 lotes do Edital não lista veículos nacionais. Pode-se entender que o Lote 04 não necessita de análise de mídia? Ou ainda, a análise poderá ser feita a partir de veículos nacionais identificados pela proponente?

R: A definição dos veículos (págs. 126 e 127) teve por objetivo estabelecer um universo equânime para os proponentes. Assim, o proponente deverá limitar-se aos veículos listados.

No caso do lote 4, para efeito de julgamento, será considerado o mesmo rol de veículos. A proponente deverá considerar que o

fortalecimento institucional da EMBRATUR **no Brasil** está diretamente relacionado à imagem do país no exterior, enquanto destino turístico.