

ANACOM



AUTORIDADE
NACIONAL
DE COMUNICAÇÕES

Concurso Público para Concepção, Produção e Implementação de uma campanha pedagógica sobre Televisão Digital Terrestre

Resposta a Pedidos de Esclarecimentos

1. NOTA PRÉVIA

O presente documento concretiza e reúne todos os esclarecimentos solicitados pelos interessados, dentro do prazo legal, no âmbito do Concurso Público para Implementação de uma campanha pedagógica sobre Televisão Digital Terrestre, e respectivas respostas validadas pelo júri do concurso.

2. RESPOSTA A PEDIDOS DE ESCLARECIMENTO

PEDIDO DE ESCLARECIMENTOS DA ENTIDADE LETRAS & SINAIS, COMUNICAÇÃO E IMAGEM, LDA,

Cláusula 41, alínea d, MUPI

Boa tarde, como devem os concorrentes proceder caso não estejam disponíveis no mercado as posições necessárias para cumprir as percentagens definidas para as inserções obrigatórias, de acordo com o anexo III do Caderno de Encargos, na 1ª e 2ª fases e a percentagem nos Distritos indicados na 3ª fase?

RESPOSTA: Entende-se que existem no mercado posições suficientes para cumprir as percentagens definidas para as inserções obrigatórias do Plano de MUPI designadamente mediante a utilização complementar de redes de empresas de menor dimensão com este tipo de mobiliário urbano, redes locais ou posições de Câmaras Municipais.

Por outro lado, esclarece-se que as percentagens mínimas de 25% e 40%, previstas na cláusula 41ª alínea d) do Caderno de Encargos, respectivamente, para a 1.ª e 2.ª fase e para a 3.ª fase do Plano de MUPI, reportam-se ao conjunto das localidades elencadas respectivamente no Anexo III ao Caderno de Encargos e na alínea d) da cláusula acima referida.

No entanto, caso se verifiquem situações de impossibilidade de cumprimento de tais percentagens mínimas, designadamente em virtude de não existirem posições suficientes para esse efeito, poderão os concorrentes complementar a colocação de MUPI com a colocação dos formatos 4metrosx3metros e 8metrosx3metros.

Nesses casos, quer para efeitos da verificação do cumprimento das inserções obrigatórias, quer para efeitos de avaliação das propostas, entende-se que cada anúncio no formato 4metrosx3metros corresponde a 4 anúncios no formato MUPI e que cada anúncio no formato 8metrosx3metros corresponde a 6 anúncios no formato MUPI.

Sem prejuízo do supra exposto, entende-se que aos formatos 4metrosx3metros e 8metrosx3metros aplicam-se, com as necessárias adaptações, todas as regras patentes nas peças do concurso para o formato MUPI.

Solicitamos a disponibilização, com definição suficiente para permitir a leitura, dos Anexos II, III e IV do Programa do Procedimento.

RESPOSTA: Ver Aviso já publicado com novas versões destes Anexos.

PEDIDO DE ESCLARECIMENTO DA ENTIDADE EXECUTIVE MEDIA - SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS, S. A., REFERENTE AO CONCURSO PÚBLICO

I - Os anexos II,III e IV não tem leitura possível.

RESPOSTA: Ver Aviso já publicado com novas versões destes Anexos.

II- Uma vez que a proposta a apresentar é constituída por documentação em formato Excel, conforme modelos constantes nos Anexos II, III e IV do Programa de Procedimento, solicitamos que nos seja disponibilizado os modelos em idêntico formato, dado que os mesmos encontram-se elegíveis impossibilitando a sua reconstituição e reprodução.

RESPOSTA: Ver Aviso já publicado com novas versões destes Anexos.

III - Nos termos do artigo 8º do Programa do Procedimento vimos solicitar os seguintes esclarecimentos:

1 - Nos termos da cláusula 41ª do Caderno de Encargos e no que respeita ao formato MUPI as inserções obrigatórias em NUTS III não podem ser cumpridas se em alguma das áreas elencadas não existirem concessionários.

Nestas circunstâncias pergunta-se se nas áreas em que não existir concessionário é admissível recorrer a outro tipo de publicidade exterior?

RESPOSTA: Entende-se que existem no mercado posições suficientes para cumprir as percentagens definidas para as inserções obrigatórias do Plano de MUPI designadamente mediante a utilização complementar de redes de empresas de menor dimensão com este tipo de mobiliário urbano, redes locais ou posições de Câmaras Municipais.

Por outro lado, esclarece-se que as percentagens mínimas de 25% e 40%, previstas na cláusula 41ª alínea d) do Caderno de Encargos, respectivamente, para a 1.ª e 2.ª fase e para a 3.ª fase do Plano de MUPI, reportam-se ao conjunto das localidades elencadas respectivamente no Anexo III ao Caderno de Encargos e na alínea d) da cláusula acima referida.

No entanto, caso se verifiquem situações de impossibilidade de cumprimento de tais percentagens mínimas em virtude de não existirem posições suficientes para esse efeito, poderão os concorrentes complementar a colocação de MUPI com a colocação dos formatos 4metrosx3metros e 8metrosx3metros.

Nesses casos, quer para efeitos da verificação do cumprimento das inserções obrigatórias, quer para efeitos de avaliação das propostas, entende-se que cada anúncio no formato 4metrosx3metros corresponde a 4 anúncios no formato MUPI e que cada anúncio no formato 8metrosx3metros corresponde a 6 anúncios no formato MUPI.

Sem prejuízo do supra exposto, entende-se que aos formatos 4metrosx3metros e 8metrosx3metros aplicam-se, com as necessárias adaptações, todas as regras patentes nas peças do concurso para o formato MUPI.

2 - Uma vez que a proposta a apresentar é constituída por documentação em formato Excel, conforme modelos constantes nos Anexos II, III e IV do Programa de Procedimento solicitamos que nos seja disponibilizado aqueles modelos em idêntico formato (ex: Excel) dado que os da plataforma não são legíveis, impossibilitando a sua reconstituição e reprodução.

RESPOSTA: Ver Aviso já publicado com novas versões destes Anexos.

PEDIDO DE ESCLARECIMENTOS DA ENTIDADE MPG - PUBLICIDADE, S.A.

Relativamente ao procedimento 3548/2011, gostaríamos de confirmar qual o público alvo a utilizar no planeamento da campanha e para o qual deveremos apresentar os GRP's e audiência Média solicitados no Caderno de encargos:

No Cadernos de Encargos, na cláusula 38º, precedem à explicação do Público-alvo, no entanto não o definem em concreto para efeitos de avaliação.

Assim deveremos utilizar:

- Adultos (Indivíduos com mais de 15 anos)?

RESPOSTA: Sim, indivíduos com mais de 15.

Em televisão, não é possível fazer avaliação a partir de 18 anos - podemos começar aos 15 anos ou aos 24 anos (intervalos possíveis - 15/24; 25/34....)

- Indivíduos classes sociais C1C2D; +55 anos?

RESPOSTA: Classes A/B, C1, C2 e D; nas faixas etárias entre os 15 e os 64 anos e os 65 e mais

- Outro grupo alvo?

RESPOSTA: Não.

PEDIDO DE ESCLARECIMENTOS DA ENTIDADE SWDagency, Lda.**Serviços Incluídos no Objecto do Contrato**

No ponto 2 da Cláusula 6ª do Caderno de Encargos é solicitado que quer o anúncio de televisão, quer o anúncio de rádio tenham uma versão principal de 30" e uma versão síntese de 15". Solicitamos que nos indiquem se o anúncio de 15" deve ser entendido como uma versão ou como uma redução do de 30".

RESPOSTA: Redução do de 30".

Penalidades

No ponto 1 da Cláusula 21ª do Caderno de Encargos, encontram-se estipuladas penalidades para o incumprimento de plano de meios, inclusive o de TV, nomeadamente se se verificar um atraso de uma inserção superior a 30 minutos face à hora indicada no plano de meios, conforme definido no ponto 2 dessa mesma Cláusula, contudo, pedimos a reformulação desta exigência, pois nenhuma estação televisiva garante a 100% o cumprimento integral deste requisito, pois basta acontecer algo extraordinário e, por isso, motivo de serviços informativos e noticiosos, também eles, extraordinários, para que não se consiga fazer cumprir o exigido pela ANACOM no presente procedimento. Assim, pedimos que estas situações imprevistas e imputáveis apenas à estação televisiva, não sejam consideradas factor de penalização.

RESPOSTA: O incumprimento do plano de meios do adjudicatário por causa que não lhe seja imputável não será alvo de penalidade. Todavia, nessas situações, designadamente nas que sejam imputáveis ao meio de comunicação social em causa, a não introdução do anúncio nos termos definidos no plano de meios do adjudicatário deverá ser acompanhada de uma declaração do próprio mencionando os motivos do incumprimento para apreciação da Entidade Adjudicante.

Plano de TV

É pedido que se calendarize de acordo com o definido na Cláusula 41ª do Caderno de Encargos, que no ponto d, indica as faixas horárias valorizadas para efeitos de classificação da proposta. Assim, questiona-se se as inserções consideradas noutras faixas horárias são contabilizadas para efeitos do número total de anúncios, cuja percentagem na avaliação do plano de meios de TV é de 39%.

RESPOSTA: Não.

Plano de Rádio

É pedido que se calendarize de acordo com o definido na Cláusula 41ª do Caderno de Encargos, que no ponto d, indica que deve ser contemplada uma inserção diária obrigatória de 30" durante os primeiros cinco dias de cada fase da campanha, na faixa horária das 08h00 às 09h00; Nos demais dias, e de 2ª a 6ª feira, das 7h00 às 10h00, e das 7h00 às 09h00 ou das 18h00 às 19h30, dependendo da Rádio. Assim, questiona-se se as inserções durante o fim de semana inseridas nos horários já identificados ou noutros, são ou não objecto de valorização, questiona-se também se quando os primeiros cinco dias de cada fase da campanha incluem dias de fim de semana, se estes devem ser entendidos como parte dos primeiros cinco dias de cada fase ou não.

RESPOSTA: A campanha de Rádio não inclui inserções obrigatórias ou submetidas à concorrência aos fins-de-semana, pelo que as inserções propostas para os fins-de-semana não serão valorizadas, nem pagas.

Entende-se que os "primeiros cinco dias de cada fase da campanha" são dias úteis.

Plano de MUPI

Questiona-se qual o critério de suporte para se ter fixado o preço base da colocação dos anúncios para MUPI no valor de 150.000,00 euros, pois, após consulta às tabelas de preço das principais concessionárias de espaço de mobiliário urbano do país, verificámos que esse valor se situa muito abaixo do fixado para as quantidades em causa

RESPOSTA: Não cabendo ao Júri apreciar ou pronunciar-se sobre esta matéria, foi contactado o órgão competente para a decisão de contratar, mantendo a posição relativa à adequação das estimativas que serviram de base à fixação dos preços base unitários, pelo que terão os concorrentes de conformar a sua proposta dentro dos limites fixados.

Ainda em relação ao plano de inserções de MUPI, e considerando que.

- na 1ª fase temos que considerar a distribuição de pelo menos 375 faces no Douro, Alto Trás-os-Montes, Pinhal Interior Norte, Pinhal Interior Sul, Serra da Estrela, Beira Interior Norte, Beira Interior Sul, Cova da Beira, Alto Alentejo, Alentejo Central, Baixo Alentejo (NUTS III);
- na 2ª fase temos que considerar a distribuição de pelo menos 375 faces no Douro, Alto Trás-os-Montes, Pinhal Interior Norte, Pinhal Interior Sul, Serra da Estrela, Beira Interior Norte, Beira Interior Sul, Cova da Beira, Alto Alentejo, Alentejo Central, Baixo Alentejo (NUTS III),
- na 3ª fase temos que considerar a distribuição de pelo menos 320 faces nos distritos de Faro, Beja, Évora, Portalegre, Castelo Branco, Guarda, Bragança, Vila Real, Braga e Viana do Castelo,
- após consulta às principais concessionárias de espaços de mobiliário urbano do país, verificámos que nenhuma destas assegura a colocação de anúncios de MUPI em todas as zonas requeridas, uma vez que não concessionam algumas das zonas geográficas integradas na NUTS III;
- após consulta aos municípios que integram as regiões NUTS III, identificadas no presente procedimento para efeitos de colocação de anúncios MUPI, verificámos que não existem suportes de MUPI em número suficiente para fazer cumprir a colocação do mínimo de anúncios exigido para essas regiões;
- assim, solicita-se uma decisão do Juri relativamente a esta matéria.

Mais se alerta para que estas duas questões relativas aos MUPI podem configurar erros/omissões das peças do procedimento.

RESPOSTA: Entende-se que existem no mercado posições suficientes para cumprir as percentagens definidas para as inserções obrigatórias do Plano de MUPI designadamente através mediante a utilização complementar de redes de empresas de menor dimensão com este tipo de mobiliário urbano, redes locais ou posições de Câmaras Municipais.

Por outro lado, esclarece-se que as percentagens mínimas de 25% e 40%, previstas na cláusula 41ª alínea d) do Caderno de Encargos, respectivamente, para a 1.ª e 2.ª fase e para a 3.ª fase do Plano de MUPI, reportam-se ao conjunto das localidades respectivamente no Anexo III ao Caderno de Encargos e na alínea d) da cláusula acima referida.

No entanto, caso se verifiquem situações de impossibilidade de cumprimento de tais percentagens mínimas, designadamente em virtude de não existirem posições suficientes para esse efeito, poderão os concorrentes complementar a colocação de MUPI com a colocação dos formatos 4metrosx3metros e 8metrosx3metros.

Nesses casos, quer para efeitos da verificação do cumprimento das inserções obrigatórias, quer para efeitos de avaliação das propostas, entende-se que cada anúncio no formato 4metrosx3metros corresponde a 4 anúncios no formato MUPI e que cada anúncio no formato 8metrosx3metros corresponde a 6 anúncios no formato MUPI.

Sem prejuízo do supra exposto, entende-se que aos formatos 4metrosx3metros e 8metrosx3metros aplicam-se, com as necessárias adaptações, todas as regras patentes nas peças do concurso para o formato MUPI.

Documentos da Proposta

Na alínea h), do Artigo 17.º, do Capítulo V, do Programa do Procedimento, menciona-se audiência média por faixa horária: pretendemos confirmar que esta respeita não à performance global do canal, mas ao plano em concreto.

Ainda neste mesmo Artigo, mas na alínea o), questionamos como deveremos proceder caso os concessionários de Exterior/MUPIs não possuam, e por consequência não nos possam fornecer, a geo-referenciação das suas posições/faces; matéria que pode igualmente configurar erro /omissão das peças do procedimento

RESPOSTA: A informação obrigatória nos termos da alínea h) do n.º1 artigo 17.º do Programa do Concurso reporta-se ao Plano concreto.

Relativamente à alínea o) do n.º1 do artigo 17.º do Programa do Concurso entende-se que fica dispensada nos casos como os referidos pelo interessado, devendo este justificar a falta de geo-referenciação.

Anexos do Programa do Procedimento

Solicitamos a disponibilização, em formato legível, dos quadros constantes nos anexos II, III e IV.

RESPOSTA: Ver Aviso já publicado com novas versões destes Anexos.