



PROCESSO ADMINISTRATIVO 53/2017

EDITAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº 01/2017

OBJETO RESUMIDO: PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA DO MUNICÍPIO DE GASPAR PARA ATENDER A SUPERINTENDÊNCIA DE COMUNICAÇÃO.

RESPOSTAS AOS QUESTIONAMENTOS REALIZADOS PELAS LICITANTES

O item 1.3, do Anexo V - Conteúdo da Proposta Técnica, diz "...As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas em pranchas com no máximo 42x30 cm (formato A3) e as peças eletrônicas em CD ou DVD ou Pen drive. Fica estabelecido o limite de três peças da campanha por meio (esboços, lay-outs, spots, storyboards etc)." Pergunta-se:

QUESTIONAMENTO 7:

Quando indica o modelo de apresentação de peças eletrônicas em CD, DVD ou Pen Drive o edital está sugerindo que serão aceitas peças efetivamente produzidas, como SPOT DE RÁDIO e COMERCIAL DE TV eventualmente gravados e animados, para sustentação da Ideia Criativa e da Proposta Técnica. A informação procede?

RESPOSTA: As peças apresentadas para sustentação da ideia criativa, dentro da proposta técnica, ficam a critério da licitante, sendo aceitos materiais impressos como roteiros e storyboards, ou vídeos e áudios efetivamente produzidos, por exemplo, desde que não ultrapassem os limites previstos no edital.

QUESTIONAMENTO 8:

O edital estabelece o limite de três peças da campanha por meio. Para que haja correta interpretação, gostaríamos de compreender qual o entendimento da Comissão por meio (se TV, RÁDIO, JORNAL, REVISTA - ou o conjunto destes em ELETRÔNICO e IMPRESSO - por exemplo). Não obstante, convém questionar, ainda que haja o limite de três peças por meio, se há limitação de meios selecionados para a estratégia.

RESPOSTA: A Comissão, utilizando como referência a tabela do SINAPRO/SC, define como "meio de comunicação" para fins dessa licitação os seguintes:

- Televisão;
- Rádio (AM/FM);
- Revista;
- Jornal;
- Cinema;
- Mídia exterior (Outdoor; Backbus; Banca de Jornal, Pannel de Led, etc.);
- Carro de Som;
- Internet (mobile e desktop, aplicativos, banner eletrônico, sites, redes sociais, etc.);
- Material impresso (folheto, cartilha, folder, livreto, etc);
- Material promocional (flyer, banner, material de ponto de venda, cartaz, totem, etc.).

Destaca-se que há o limite de 3 peças por meio de comunicação. Não há limitação de quantos meios de comunicação serão apresentados, desde que respeitado o valor de referência previsto Briefing, Anexo IV.

Gaspar, 09 de maio de 2017.

ELIZABETH OTIQUIR

Presidente da Comissão Permanente de Licitação.