



**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**

**QUESTIONAMENTO 14:**

Nos termos do item 2.4.3 do Edital licitatório em referência, vimos por meio desta, questionar a V.S.<sup>a</sup> acerca da interpretação dos seguintes temas, na forma que segue:

1. ...”A Proposta Técnica consiste na apresentação dos quesitos especificados, em laudas quantificadas adiante, cada uma contendo no máximo 25 linhas, com espaçamento de 2 cm nas margens esquerda e direita a partir da borda, em fonte Arial, corpo 12, com espaçamento entre linhas 1,5, com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página. Exceção para o item 2.3 (ANEXO V), referente ao Portfólio, que deverá ser apresentado em anexo: Lendo o texto do item do edital acima, perguntamos:

- Devemos desconsiderar as 25 linhas fixadas nesse item?
- Devemos utilizar como regra para o plano de comunicação somente o aditivo ao edital lançado em 10/04/2017 relativo ao anexo V?

RESPOSTA: Vide resposta ao questionamento nº 01.

**QUESTIONAMENTO 15:**

As Licitantes deverão apresentar os textos abaixo, elaborados a partir das informações do Briefing. Deverão ser observadas as seguintes normas para apresentação do Plano de Comunicação Publicitária (itens 1.1 a 1.4):

- a) Em papel A4, cor branca;
- b) Com espaçamento de 2,5 cm nas margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda;
- c) Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes, com os itens que compõem o Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e não Mídia), iniciando sempre em páginas novas;
- d) Com textos justificados;
- e) Com espaçamento “simples” entre as linhas;
- f) Com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos, sem uso de negrito, itálico ou sublinhado;
- g) Com numeração em todas as páginas em algarismos arábicos no canto inferior direito da página;
- h) Em caderno único e com espiral na cor PRETA a esquerda;
- i) Sem identificação da licitante;
- j) Título, entre título, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- k) Será permitido pular uma linha no estabelecimento de um novo parágrafo.

As especificações acima determinadas, aplicam-se, no que couber, ao quesito Ideia Criativa.

As tabelas, gráficos e planilhas da estratégia de mídia e não mídia poderão:

- a) Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos (art. 6º, inciso XI da Lei nº 12.232/10);
- b) Ser editados em cores;
- c) Ter qualquer formatação de margem;
- d) Ser apresentados em papel A3 dobrado.

Lendo o texto do item do edital acima, perguntamos:

Podemos colocar capa ou contra capa no plano de comunicação?

RESPOSTA: Fica a critério da licitante, desde que respeitados os limites do Edital.



ESTADO DE SANTA CATARINA  
**MUNICÍPIO DE GASPAR**  
CNPJ 83.102.244/0001-02

**QUESTIONAMENTO 16:**

Ideia Criativa – Texto com até 3 (três) laudas apresentando a resposta criativa da Licitante aos desafios e metas por ele explicitados na “Estratégia de Comunicação Publicitária”, contendo os temas e os conceitos a serem desenvolvidos pela campanha publicitária baseada no Briefing; acompanhado de esboços (layouts, textos, roteiros e storyboards) de peças da campanha para cada meio de divulgação nela proposto pela LICITANTE. 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). Essas peças de criação não fazem parte do limite estabelecido de texto, de 3 laudas, proposto neste item.

1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia – Texto com até 5 (cinco) laudas que a explicitará e justificará a estratégia e as táticas por ela sugeridas, em função da verba disponível para a campanha apresentada, incluindo seleção de meios e considerando a necessidade de atingir o público em geral; alternativas de mídias segmentadas; planilhas e quadro-resumo que identificarão as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, em função da verba disponível para a campanha apresentada. As planilhas e quadro-resumo não fazem parte do limite estabelecido de cinco laudas para este item.

[...]”.

Lendo o texto do item do edital acima, perguntamos:

- Podemos propor outras peças além do limite estabelecido para apresentação de 03 peças por meio? Ou seja, podemos criar quantas peças acharmos necessário e apresentarmos como exemplo 03 peças por meio.
- Que cor deve ser as pranchas para apresentação das peças relativa a mídia impressa?
- As peças eletrônicas apresentadas em CD e Dvd devem ser colocados soltos no envelope não identificado, ou poderão ser afixados em pranchas?
- Caso seja feito a opção em apresentar as peças eletrônicas em pen drive, o mesmo deve ter marca ou formato? Ou podemos colocar qualquer modelo de pen drive?

• O pen drive deve ser colocado solto no envelope não identificado ou podemos afixa-lo em pranchas?

• As planilhas da mídia, poderão ser apresentadas em formato A4 ou obrigatoriamente deverão ser apresentadas em A3?

**RESPOSTA:**

1ª - Podemos propor outras peças além do limite estabelecido para apresentação de 03 peças por meio? Ou seja, podemos criar quantas peças acharmos necessário e apresentarmos como exemplo 03 peças por meio.

Resp.: Não há limitação de meio, porém deve ser respeitado o limite de 3 peças por meio, conforme estabelecido no Anexo V.

2ª - Que cor deve ser as pranchas para apresentação das peças relativa a mídia impressa?

Resp.: Fica a critério da licitante, desde que respeitados os limites do Edital.

3ª - As peças eletrônicas apresentadas em CD e Dvd devem ser colocados soltos no envelope não identificado, ou poderão ser afixados em pranchas?

Resp.: Fica a critério da licitante, desde que respeitados os limites do Edital.

4ª - Caso seja feito a opção em apresentar as peças eletrônicas em pen drive, o mesmo deve ter marca ou formato? Ou podemos colocar qualquer modelo de pen drive?

Resp.: Fica a critério da licitante, desde que respeitados os limites do Edital.

5ª - O pen drive deve ser colocado solto no envelope não identificado ou podemos afixa-lo em pranchas?

Resp.: Fica a critério da licitante, desde que respeitados os limites do Edital.

6ª - As planilhas da mídia, poderão ser apresentadas em formato A4 ou obrigatoriamente deverão ser apresentadas em A3?

Resp.: De acordo com a Cláusula 1 – Plano de Comunicação Publicitária, do Anexo V:

**“1 PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

As Licitantes deverão apresentar os textos abaixo, elaborados a partir das informações do Briefing.

Deverão ser observadas as seguintes normas para apresentação do Plano de Comunicação Publicitária (itens 1.1 a 1.4):

- a) Em papel A4, cor branca;
- b) Com espaçamento de 2,5 cm nas margens direita, esquerda, superior e inferior, a partir da borda;
- c) Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes, com os itens que compõem o Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e não Mídia), iniciando sempre em páginas novas;



ESTADO DE SANTA CATARINA  
**MUNICÍPIO DE GASPAR**  
CNPJ 83.102.244/0001-02

- d) Com textos justificados;
- e) Com espaçamento “simples” entre as linhas;
- f) Com texto em fonte “arial”, tamanho 12 pontos, sem uso de negrito, itálico ou sublinhado;
- g) Com numeração em todas as páginas em algarismos arábicos no canto inferior direito da página;
- h) Em caderno único e com espiral na cor PRETA a esquerda;
- i) Sem identificação da licitante;
- j) Título, entre título, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- k) Será permitido pular uma linha no estabelecimento de um novo parágrafo.

As especificações acima determinadas, aplicam-se, no que couber, ao quesito Ideia Criativa.

As **tabelas, gráficos e planilhas da estratégia de mídia e não mídia poderão:**

- a) Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos (art. 6º, inciso XI da Lei nº 12.232/10);
- b) Ser editados em cores;
- c) Ter qualquer formatação de margem;
- d) **Ser apresentados em papel A3 dobrado.”**

**QUESTIONAMENTO 17:**

Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 não poderá:

Ter nenhuma identificação;

Apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante; e estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

Lendo o texto do item do edital acima, perguntamos:

O envelope nº 01 deveser entregue aberto, ou lacrado? Caso a resposta seja lacrado, de que forma devermos lacrar o mesmo?

RESPOSTA: Deve ser lacrado. Com o objetivo de manter a confidencialidade, transparência e isonomia neste processo licitatório e em atendimento ao item 4.7.2 do Edital, a Comissão Especial de Licitação não responderá a esclarecimentos sobre forma de apresentação de documentos do Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada).

Sem mais.

As respostas a este questionamento, bem como todos os que foram respondidos até o momento, foram feitas em conjunto com a Superintendência de Comunicação deste Município, que auxiliou com as respostas referentes as questões de ordem técnicas.

Gaspar, 17 de maio de 2017.

ELIZABETH OTIQUIR

Presidente da Comissão Permanente de Licitação.