



EDITAL Nº 65/2018 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 8/2018

2º. ATA DE RESPOSTA A PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS

Aos vinte e três do mês de maio do ano de dois mil e dezoito, na sala de licitações da Secretaria Municipal de Planejamento e Gestão, Diretoria de Licitações e Compras, Rua Frei Orlando, 199, 4º andar, Centro, Canoas (RS), reuniu-se a Comissão Permanente de Licitações, designada pelo Decreto Municipal nº. 172/2018, para responder ao pedido de esclarecimento ingressado através do Processo nº 36477/2018, pela Empresa CPL – CENTRO DE PROPAGANDA LTDA, conforme segue: “[...] *Nos objetivos do briefing, temos algumas questões: - item b – divulgar nacionalmente e intencionalmente o crescimento atual de todos os setores apresentados acima – tem que fazer parte do plano de mídia de divulgação da feira, podemos fazer mídia internacional? - item e – Informar imprensa nacional e internacional sobre o evento – isso seria função da agência de propaganda? Não é função da assessoria de imprensa? - item f – captar e planejar palestras e workshops espontâneos sobre empreendedorismo para o público do evento – novamente, isto é função da agência? Não seria responsabilidade de quem está produzindo o evento? Qual a data de publicação do edital que deve ser considerada para as tabelas de preços dos veículos que serão utilizadas no plano de mídia? Os cases podem ter sido referendados pelos clientes em abril de 2018? Qual o limite de validade da data do referendo?*”. O processo foi enviado para a Secretaria Municipal de Comunicação (SECOM), oportunidade na qual, assim manifestou-se o servidor Edson Junior Gandolfi de Moura, Diretor de Publicidade e Propaganda: “[...] *Em resposta ao pedido de informação da empresa Dez, temos: Pelo que se extrai do referido texto, após a última revisão do edital (versão em tela), os valores das veiculações deverão ser expressos pelos montantes brutos, ou seja, não podem sofrer alterações em decorrência dos percentuais de descontos negociados entre as agências e os veículos assim como não poderão ter a dedução do desconto padrão Agência. Atenciosamente, [...]*”. A Empresa PÚBLICA COMUNICAÇÃO LTDA, interpôs Pedido de Esclarecimento através do Processo nº. 38525/2018, com o questionamento a seguir: “[...] *Questionamento: 1. Está correto o entendimento de as peças de identidade visual não deverão ser incluídas na relação das demais peças, ou seja, daquelas que excedem as 20 exemplificadas? [...]* *Questionamento: 2. Está correto entendimento de que as peças da identidade visual solicitadas no item acima não deverão ser quantificadas, orçadas, nem constar do resumo geral com informações, conforme subitens 6.3.4.1 e 6.3.4.2. do item 6.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia? [...]*”. Ainda, apresentou questionamento a Empresa SPR COMUNICAÇÃO LTDA, através do Processo nº. 38759/2018, conforme segue: “[...] **1. Referente o item 6.2.2.** O item 6.2.2. faz referência ao subitem 6.3.3.3. e, desta forma, solicita que os exemplos de peças (material corporificado) sigam as especificações/formatações de apresentação conforme indicado no subitem 6.2. Entendemos que as especificações do item 6.2. devam aplicar-se à indicação prevista no subitem 6.3.3., pois assim parece fazer mais sentido. Caso contrário o item 6.2.2. fará contradição ao item 6.2.4. Está correto o entendimento? **2. Referente o item 6.3.3.3.** O item 6.3.3.3. menciona que “...exclui-se deste limite a identidade visual solicitada no item .4 “a” do Anexo I – Briefing”. Desta forma, perguntamos: A identidade visual deve ser apresentada como um exemplo de peça, totalizando 21 exemplos de materiais corporificados? **3. Referente o item 6.3.4.3** O item 6.3.4.3. **letra “a”** menciona que “os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia (sem aplicação dos 20% da agência referente a mídia),...”. Já o item 6.3.4.3. **letra ‘b’** menciona que “deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto da agência concedido pelos



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
MUNICÍPIO DE CANOAS
Secretaria Municipal de Planejamento e Gestão

veículos de divulgação,...”. [...] Diante disso perguntamos: Na simulação da Estratégia de Mídia e Não Mídia os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser considerados brutos (preços de tabela cheia) ou líquidos (preços de tabela cheia menos 20%) [...]”. Os processos foram encaminhados novamente para manifestação da Secretaria municipal de Comunicação (SECOM), oportunidade na qual, manifestou-se o servidor Edson Junior Gandolfi de Moura, Diretor de Publicidade e Propaganda, conforme segue: “[...] Segue resposta aos pedidos de informação referidos: - divulgar nacional e internacionalmente, informar imprensa nacional e internacional, captar e planejar palestras, são objetivos de reverberação do evento, não tendo relação direta com o trabalho a ser desenvolvido pela agência. - A data de tabela de preço de veículos deve ser correspondente a data de publicação do edital; - Os cases podem ser referendados até a data da abertura dos envelopes; - As peças de identidade visual não deverão ser incluídas no limite de até 20 peças, portanto, não devem ser quantificadas; - Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser considerados de tabela cheia, não considerando os 20% referente a honorários da agência; - Referente ao questionamento da SPR, na pergunta 1 está correto o entendimento; Certo do entendimento”. Esperamos ter respondido a contento os questionamentos mencionados anteriormente. A presente ata com a resposta aos questionamentos das Empresas CPL – CENTRO DE PROPAGANDA LTDA, PÚBLICA COMUNICAÇÃO LTDA e SPR COMUNICAÇÃO LTDA será divulgada no Diário Oficial do Município de Canoas (DOMC) de acordo com a Lei Municipal nº 5.582/2011 e Decreto Municipal nº 439/2012 e, ainda, no site www.canoas.rs.gov.br. Nada mais havendo digno de registro, encerrou-se a sessão da qual para constar, foi lavrada a presente Ata que, após lida e achada conforme, vai assinada pelos membros da Comissão Permanente de Licitações. x.x.x.x.x.x.x.x

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES
Decreto Municipal nº. 172/2018