

CÂMARA MUNICIPAL DE ARAPONGAS

QUESTIONAMENTOS ACERCA DO EDITAL DE LICITAÇÃO DA MODALIDADE TOMADA DE PREÇOS Nº 01/2019 PROCESSO Nº. 02/2019.

QUESTIONAMENTO 1

PERGUNTA: Entendemos que devem ser DESCONSIDERADOS os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores. Sendo assim as Licitantes devem formatar a campanha simulada com os custos de tabela de veiculação e os custos de produção. Está correto nosso entendimento?

RESPOSTA 1: De forma objetiva os licitantes devem apresentar os custos nominais de produção e os preços das inserções em veículos de comunicação, embora seja uma campanha simulada, a mesma deve considerar os valores reais, que correspondem aos custos de produção e veiculação que estejam de acordo com a tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação. Portanto, deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; bem como devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

QUESTIONAMENTO 2

PERGUNTA: Solicitamos esclarecer o que ou qual é a meta a ser aplicada para o problema específico de comunicação?

RESPOSTA 2: O edital é claro ao que se dispõe no item 7.9.1, ou seja, a licitante deverá apresentar um diagnóstico que ateste a importância da comunicação publicitária no âmbito do poder legislativo municipal, confirmando assim sua compreensão quanto ao objeto do certame e os desafios de comunicação a serem enfrentados, abrangendo os objetivos, geral e específico, de comunicação expressos no briefing.

QUESTIONAMENTO 3

PERGUNTA: Considerando a isonomia do certame:

Qual é o período (número de dias) que a campanha simulada deve ser veiculada?

Os preços dos veículos a serem utilizados no plano de mídia, devem ser os de Tabela Cheia dos Veículos de Comunicação, vigentes na data da publicação do aviso da licitação?

CÂMARA MUNICIPAL DE ARAPONGAS

QUESTIONAMENTO 4

PERGUNTA: Considerando também o aspecto isonomia do certame, as Licitantes podem utilizar o item c) “conhecimento e compreensão do papel da Câmara de Vereadores” e o item e) “destaque ao Portal da Transparência”, para desenvolver a campanha simulada?

QUESTIONAMENTO 5

PERGUNTA: O Plano de Comunicação deverá ser entregue em folhas soltas, encadernado ou grampeado? As folhas devem ser numeradas ou não?

RESPOSTAS 3, 4 e 5: O edital que ora se questiona, foi elaborado em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/10, que regulamenta as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

Cumpramos ressaltar que a Lei 12.232/10 não determina prazo, de modo que a recomendação relacionada ao período é uma estratégia. Portanto, ficará a critério dos licitantes resguardar a sua estratégia dentro da limitação financeira da campanha capaz de atender ao plano de comunicação proposto.

Assim, embora o edital silencie sobre as referidas peculiaridades apontadas pelo licitante no que diz respeito ao briefing da campanha simulada e os elementos que deveriam ou não integrá-lo, o mesmo estabelece o indispensável, ou seja, o edital cuidou de estabelecer os parâmetros para o desenvolvimento da campanha de forma precisa, clara e objetiva, informações estas suficientes para a elaboração das propostas técnicas de acordo com o que determina o Art. 6º, inciso II da Lei nº 12.232/10, as quais, aliás, encontram-se em consonância com os critérios de julgamento que estão em harmonia com o princípio do julgamento objetivo.

Portanto, considerando que estamos tratando de uma “campanha simulada” e que o briefing destina-se tão somente ao julgamento das propostas técnicas, entendemos que as informações prestadas no respectivo edital revelam-se suficientes para a formulação das propostas pelos interessados.

Arapongas, 19 de fevereiro de 2019.

COMISSÃO PERMANENTE