

Ofício Circular n . 070/11-CML/PM

Manaus, 28 de setembro de 2011.

Senhor Licitante,

Cumprimentando-o cordialmente, sirvo-me do presente para responder aos esclarecimentos referentes   **Concorrência n . 002/2011-CML/PM** (Contrata o de 02 (duas) empresas especializadas para presta o de serviços técnicos de publicidade e propaganda de caráter de utilidade pública para a Administra o Direta, Indireta e Fundacional do município de Manaus, conforme *Briefing* (Anexo I do Edital), nos termos do art. 37   1 . da Constitui o Federal.), conforme informa es prestadas pela Secretaria Municipal de Comunica o, constantes no Ofício n  075/2011-GS/SEMCOM, em anexo.

Atenciosamente,

Paulo Cezar da Silva Câmara

Presidente da Comissão Municipal de Licita o

Via internet



CML / PMM	
Fl:	Ass:
NILCE MARIA B. DE BIASI 095772-0-E	

Ofício nº 075/2011 – GS/SEMCOM

Manaus, 27 de setembro de 2.011

Ao Ilmo. Senhor
PAULO CESAR DA SILVA CÂMARA
MD Presidente da Comissão Municipal de Licitação

Assunto: Resposta Ofício nº 532/2011 –CML/PM

Senhor Presidente,


Ao cumprimentar cordialmente Vossa Senhoria, acusamos o recebimento do ofício nº 532/2011-CMML/PM com a solicitação de resposta para Pedido de Esclarecimento da empresa Oana Publicidade, referente à Concorrência nº 002/2011-CML/PM (Contratação de duas empresas especializadas para a prestação de serviços técnicos de publicidade e propaganda de caráter de utilidade pública para a administração pública direta, indireta e fundacional do Município de Manaus, nos termos do art. 37, § 1º da Constituição Federal).

O esclarecimento refere-se aos item e subitens 8.5.4., 8.5.4.1. e 8.5.4.2. do Edital, redigido de acordo com o Briefing elaborado por esta Secretaria Municipal de Comunicação. Tal item estabelece o que constará na Ideia Criativa apresentada pela licitante em seu Plano de Comunicação.

O questionamento da empresa diz respeito à quantidade permitida de exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução para o problema específico de comunicação. Seguem as respostas às perguntas:

- 1. Não haverá nenhuma limitação de número de peças a serem apresentadas como exemplos que corporifiquem objetivamente a proposta de solução para o problema específico de comunicação, ficando as proponentes à vontade para apresentar o número que melhor lhes convier?***

Resposta – Não haverá limitação do número do tipo de peças a serem apresentadas, apenas o que já consta no texto original: “limitados a uma peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação proposto pela licitante”. O que deve ser observado por cada proponente é que a campanha sugerida possui uma verba de referência (Item 4, Anexo I, Briefing de Campanha Publicitária) e a limitação de tipos de peças a serem utilizadas deverá advir dessa disponibilidade financeira. As proponentes ficam à vontade para apresentar o número que melhor lhes convier, desde, ao final, não seja extrapolada a verba de referência que, vale lembrar, deve englobar custos de criação, produção e veiculação.



CML - PMM	
Rec. por:	MARLENE
Data:	28/09/11
De:	14



2. Consequentemente, também não se aplicará limitação no que tange a apresentação de peças como reduções e variações de formato ou como parte de um kit?

Resposta – Utilizando mais uma vez o texto original do Edital – “limitados a uma peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação proposto pela licitante” – entende-se que uma redução é a repetição, em tamanho menor, do mesmo tipo de peça. Como exemplo, cita-se um anúncio de jornal: não se pode apresentar um exemplo para anúncio de uma página, um de meia página, um de quarto de página e um de rodapé. Todos são anúncio de jornal. O mesmo acontece com os outros veículos, inclusive folheteria: apenas um exemplo de panfleto/ folder/ flyer.

Sendo o que tínhamos, subscrevo-me,

Atenciosamente

Celes Calpurnia Borges Melo
Celes Calpurnia Borges Melo
Secretária Municipal de Comunicação