



**PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
CASA CIVIL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
DIRETORIA DE RECURSOS LOGÍSTICOS**

**Ofício nº 612/2007/COLIC
(CIRCULAR)**

Brasília-DF, 26 de novembro de 2007.

Prezados Senhores,

Apresento a Vossas Senhorias os pedidos de esclarecimentos feito por licitantes interessados na Concorrência nº 001/2006, que tem como objeto *“Seleção e contratação de empresas especializadas para a prestação de serviços de publicidade para a Presidência da República”* e as respectivas respostas.

1) Na parte de Habilitação, no item 4.2.2, Regularidade Fiscal, na alínea "c", o Edital exige a "prova da quitação com a Receita Federal do Brasil (Conjunta), Fazenda Estadual e Municipal, de acordo com o disposto no art. 29, inciso III, da Lei 8.666/93". A Certidão Conjunta se refere a DÉBITOS RELATIVOS AOS TRIBUTOS FEDERAIS E À DÍVIDA ATIVA DA UNIÃO. Com relação à parte das Fazendas Estaduais e Municipais, e de acordo com o artigo da Lei citado, entendemos que esta comprovação é a mesma da alínea "d" - "Certidões Negativas de Débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante". Está correto este entendimento? Trata-se dos mesmos documentos? Em caso negativo, quais são exatamente esses documentos Estadual e Municipal? Qual o órgão que os emite?

RESPOSTA - Não. Os documentos são expedidos:

- a) Secretaria Estadual da Fazenda.**
- b) Secretaria Municipal de Finanças.**

(Fls. 2 do Ofício nº 612 - de 26/11/2007)

2) Na parte da Proposta Técnica, no item 5.1.1.3.1, temos a seguinte informação: "A licitante apresentará uma relação de todas as peças integrantes da campanha, incluídas as eventuais reduções e variações de formato, ressalvado o disposto na alínea "a" do subitem 5.1.1.3.2. Esta alínea, por sua vez, limita a 10 os exemplos das peças da Ideia Criativa. Nossa dúvida é: seria correto afirmar que as reduções e adaptações propostas pela licitante não serão computadas nas 10 peças? Elas precisam estar listadas, mas não seriam apresentadas e, portanto, não entrariam na conta das 10 peças a serem exibidas? Podemos propô-las na Estratégia de Comunicação, prevê-las no Plano de Mídia e de Produção, mas sem mostrar o layout/roteiro? A pergunta se deve ao fato de que a verba do exercício corresponderá a uma campanha de grande porte, o que envolveria um número maior que as 10 peças que serão exemplificadas. As reduções e adaptações seriam previstas, mas não mostradas. Está correto este entendimento?

RESPOSTA - Todas as peças que integram a campanha exclusivamente publicitária proposta pela licitante na Estratégia de Comunicação (parte da alínea "b" do subitem 5.1.1.2) devem ser relacionadas (subitem 5.1.1.3.1), independentemente de quantidade, e constar da simulação do plano de distribuição (alínea "b" do subitem 5.1.1.4). Cada peça apresentada como exemplo (subitem 5.1.1.3.2) será computada no limite de dez peças, ainda que constitua redução ou variação de formato.

3) Na parte de Capacidade de Atendimento, itens 5.1.3.4 e 5.1.4.1, que definem que as peças de repertório e os relatos de soluções de problemas de comunicação não podem se referir a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela SECOM. No nosso caso, grande parte dos clientes que atendemos e, portanto, a maioria de nosso portfólio é constituída de peças criadas e executadas para clientes públicos federais. É de praxe que todas essas peças sejam aprovadas, mas não solicitadas, pela Secom. Então, perguntamos: podemos incluir essas peças em nossa Capacidade de Atendimento, uma vez que se trata de peças criadas para clientes que não a Secom, mas apenas aprovadas por este órgão?

RESPOSTA - Só não podem ser incluídas as peças que tenham sido aprovadas pela SECOM em duas situações:

a) realizadas por agências contratadas pela Presidência da República, com recursos orçamentários próprios ou com recursos descentralizados por outros órgãos;

(Fls. 3 do Ofício nº 612 - de 26/11/2007)

b) realizadas por agências contratadas por outros órgãos, com recursos orçamentários descentralizados pela Presidência da República.

4) Já foram divulgados os questionamentos e dúvidas das agências sobre o edital?

Em caso positivo, aonde estas respostas estão sendo disponibilizadas, já que no site de licitações da secretaria ainda não consta nada.

RESPOSTA - Não. Estamos compilado os pedidos de esclarecimentos.

5) No item 5.1.1.2 letra b do edital, é dito que a estratégia de comunicação deve contemplar as ações publicitárias e as **demais ações de comunicação** que, de acordo com a licitante, sejam relevantes para a solução do problema de comunicação e o atendimento dos objetivos de comunicação.

No entanto, no site de informações sobre o edital encontramos o texto abaixo:

1º) vedação de serviços de assessoramento e apoio na execução de ações de assessoria de imprensa, relações públicas, promoção, patrocínios, organização de eventos, planejamento e montagem de eventos em feiras e exposições.

que dá a informação de não ser permitido às agências o uso de outras ferramentas de comunicação além da publicidade.

Pergunta: quais outras ações de comunicação (de acordo com o item 5.1.1.2b do edital)são permitidas às agências apresentar em suas propostas, além das publicitárias?

RESPOSTA - De acordo com a alínea "b" do subitem 5.1.1.2, a licitante apresentará estratégia de comunicação que contemple as ações exclusivamente publicitárias e todas as demais ações de comunicação que julgar convenientes para solução do problema específico de comunicação e atendimento dos objetivos de comunicação expressos no Briefing. Ressalte-se, entretanto, que apenas as ações previstas nos subitens 1.1 do Edital e 1.1 do Contrato serão passíveis de execução pelas contratadas.

6) No item 5.1.1.3 da concorrência nº 001/2007, o edital pede uma campanha exclusivamente publicitária. Podemos entender que este grifo significa quais peças criadas deverão se referir somente aos meios TV, rádio, jornal, revista e internet? materiais para eventos por exemplo devem ficar de fora, já que TCU não permite a contratação de agência para este fim? O raciocínio está correto?

(Fls. 4 do Ofício nº 612 - de 26/11/2007)

RESPOSTA - Esclarecemos que de acordo com a alínea “b” do subitem 5.1.1.2, a licitante apresentará estratégia de comunicação que contemple as ações exclusivamente publicitárias e todas as demais ações de comunicação que julgar convenientes para solução do problema específico de comunicação e atendimento dos objetivos de comunicação expressos no Briefing. Ressalte-se, entretanto, que apenas as ações previstas nos subitens 1.1 do Edital e 1.1 do Contrato serão passíveis de execução pelas contratadas.

7) Já foram divulgados os questionamentos e dúvidas das agências sobre o edital?

Em caso positivo, aonde estas respostas estão sendo disponibilizadas, já que no site de licitações da secretaria ainda não consta nada.

RESPOSTA - Os questionamentos e dúvidas das agências sobre o edital, serão divulgados na forma prevista no subitem 20.15.1 do Edital. Aguarde.

8) No item 5.1.1.2 letra b do edital, é dito que a estratégia de comunicação deve contemplar as ações publicitárias e as **demais ações de comunicação** que, de acordo com a licitante, sejam relevantes para a solução do problema de comunicação e o atendimento dos objetivos de comunicação.

No entanto, no site de informações sobre o edital encontramos o texto abaixo:

1º) vedação de serviços de assessoramento e apoio na execução de ações de assessoria de imprensa, relações públicas, promoção, patrocínios, organização de eventos, planejamento e montagem de eventos em feiras e exposições.

que dá a informação de não ser permitido às agências o uso de outras ferramentas de comunicação além da publicidade.

9) quais outras ações de comunicação (de acordo com o item 5.1.1.2b do edital)são permitidas às agências apresentar em suas propostas, além das publicitárias?

RESPOSTA - De acordo com a alínea "b" do subitem 5.1.1.2, a licitante apresentará estratégia de comunicação que contemple as ações exclusivamente publicitárias e todas as demais ações de comunicação que julgar convenientes para solução do problema específico de comunicação e atendimento dos objetivos de comunicação expressos no Briefing. Ressalte-se, entretanto, que apenas as

(Fls. 5 do Ofício nº 612 - de 26/11/2007)

ações previstas nos subitens 1.1 do Edital e 1.1 do Contrato serão passíveis de execução pelas contratadas.

10) Das eventuais reduções e variações de formato, tratadas no item 5.1.1.3.1, no caso específico do meio de Internet, podemos, por exemplo, considerar o full banner como um dos 10 exemplos de peça criativa e os demais formatos, como, banner expansível, super banner, arroba banner, retângulo, layer, interstitital, banner vertical, botão, entre outros, como variações?

RESPOSTA - Sim, os demais formatos podem ser considerados como variações/reduções. Lembramos que se essas variações/reduções forem apresentadas como exemplos de peças cada uma delas será computada no limite previsto na alínea "a" do subitem 5.1.1.3.2.

11) Ainda com relação ao meio Internet, deveremos contabilizar com uma ou duas peças criativas um banner com link para um hot site?

RESPOSTA - Se os leiautes ou "monstros" do *banner* e do *hot site* forem apresentados como exemplos de peças, cada um deles será computado no limite previsto na alínea "a" do subitem 5.1.1.3.2.

12) "Links Patrocinados", como o comercializado pelo Google, será acolhido como exemplo de peça criativa ou somente como parte integrante da Estratégia de Mídia?

RESPOSTA - Os "Links Patrocinados" não devem ser apresentados como exemplos de peças, para fins do item 5.1.1.3, mas devem constar da relação prevista no item 5.1.1.3.1 e atender às exigências do subitem 5.1.1.4 a 5.1.1.4.3.

13) Podemos considerar um display com folheto explicativo como uma peça única, já que a comunicação de ambos se complementa?

RESPOSTA - Um *display* do tipo *take one* e o seu folheto serão considerados como uma peça única, para fins do limite previsto na alínea "a" do subitem 5.1.1.3.2.

(Fls. 6 do Ofício nº 612 - de 26/11/2007)

14) Já foram divulgados os questionamentos e dúvidas das agências sobre o edital?

Em caso positivo, aonde estas respostas estão sendo disponibilizadas, já que no site de licitações da secretaria ainda não consta nada.

R: Os questionamentos e dúvidas das agências sobre o edital, serão divulgados na forma prevista no subitem 20.15.1 do Edital. Aguarde.

15) No item 5.1.1.2 letra b do edital, é dito que a estratégia de comunicação deve contemplar as ações publicitárias e as **demais ações de comunicação** que, de acordo com a licitante, sejam relevantes para a solução do problema de comunicação e o atendimento dos objetivos de comunicação.

No entanto, no site de informações sobre o edital encontramos o texto abaixo:

1º) vedação de serviços de assessoramento e apoio na execução de ações de assessoria de imprensa, relações públicas, promoção, patrocínios, organização de eventos, planejamento e montagem de eventos em feiras e exposições.

que dá a informação de não ser permitido às agências o uso de outras ferramentas de comunicação além da publicidade.

16) Quais outras ações de comunicação (de acordo com o item 5.1.1.2b do edital)são permitidas às agências apresentar em suas propostas, além das publicitárias?

RESPOSTA - De acordo com a alínea "b" do subitem 5.1.1.2, a licitante apresentará estratégia de comunicação que contemple as ações exclusivamente publicitárias e todas as demais ações de comunicação que julgar convenientes para solução do problema específico de comunicação e atendimento dos objetivos de comunicação expressos no Briefing. Ressalte-se, entretanto, que apenas as ações previstas nos subitens 1.1 do Edital e 1.1 do Contrato serão passíveis de execução pelas contratadas.

Atenciosamente,

ANTONIO CARLOS NOVAES
Presidente da Comissão Especial de Licitação/PR



**PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
CASA CIVIL
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
DIRETORIA DE RECURSOS LOGÍSTICOS**

**Ofício nº 680/2007/COLIC
(CIRCULAR)**

Brasília-DF, 05 de dezembro de 2007.

Prezados Senhores,

Apresento a Vossas Senhorias os pedidos de esclarecimentos feito por licitantes interessados na Concorrência nº 001/2007, que tem como objeto “*Seleção e contratação de empresas especializadas para a prestação de serviços de publicidade para a Presidência da República*” e as respectivas respostas.

1) Para apresentação das peças do plano de comunicação, poderão ser utilizados todos os recursos de web 2.0, isto é, os meios interativos de internet, como, por exemplo, o sítio You tube?

RESPOSTA: Sim.

2) Um anúncio seqüencial, para mídia impressa, será considerado como uma única peça, dentro do limite de 10 exemplos permitidos, conforme item 5.1.1.3.2 a)

RESPOSTA: Sim, será considerado como uma única peça.

3) Gostaríamos de confirmar se na estratégia de mídia e não mídia, no item 5.1.1.4 b) simulação do plano de distribuição de peças, deveremos programar todas as peças integrantes da campanha, incluídas as eventuais reduções e variações de formato (Item 5.1.1.3.1), acrescentando as dez peças que compõem os exemplos da Idéia Criativa.

RESPOSTA: Sim.

(Fls. 2 do Ofício nº 680 – de 05/12/2007)

4) O resumo geral solicitado no item 5.1.1.4.1 deve contemplar todas as peças integrantes da campanha, incluídas as eventuais reduções e variações de formato (item 5.1.1.3.1), incluindo as dez peças que compõem os exemplos da Idéia criativa?

RESPOSTA: Sim.

5) No item 5.1.4 - Relato de Soluções de Problemas de Comunicação, subitem 5.1.4.1 diz que os relatos não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela SECOM, no caso do case do Ministério do Desenvolvimento Social, como ele foi aprovado pela Secom não poderemos utilizá-lo então?

RESPOSTA: Só não podem ser incluídos nos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação os cases cujas peças tenham sido aprovadas pela SECOM em duas situações:

a) realizadas por agências contratadas pela Presidência da República, com recursos orçamentários próprios ou com recursos descentralizados por outros órgãos;

b) realizadas por agências contratadas por outros órgãos, com recursos orçamentários descentralizados pela Presidência da República.

Atenciosamente,

ANTONIO CARLOS NOVAES
Presidente da Comissão Especial de Licitação/PR