SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL, ADMINISTRAÇÃO REGIONAL NO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE – SENAC-AR/RN

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Concorrência nº 009/2015
Processo nº 297/2015
Objeto: Prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar os públicos-alvo dos CONTRATANTES.

PEDIDOS DE ESCLARECIMENTO

Informamos que a Comissão de Licitação recebeu pedidos de esclarecimento adicionais acerca do processo em referência. Assim, segue teor dos questionamentos e respostas formulados pelos interessados e respondidos pela Comissão de Licitação e Área Técnica:

ESCLARECIMENTO Nº 16:

Lamentamos a insistência em torno de um mesmo questionamento. Entretanto, a resposta ao Item 9.4.5. Ideia Criativa não nos foi suficientemente esclarecedora. Entendemos que um material impresso, para se tornar diferenciado, necessita de dobras e/ou recortes e montagens. A não utilização desses recursos poderá impedir a plenitude de sua apresentação, já que estamos tratando de peças que exigem manuseio físico para serem compreendidas. O que desejamos ter claro, para que não haja equívocos no entendimento de quaisquer participantes, é sobre a possibilidade de apresentar o layout do "material impresso diferenciado" conforme suas características de diferenciamento: recortado, dobrado e montado em suas medidas originais, seja um folder, cartilha, mala direta, ou outro tipo de projeto. A apresentação desse material específico poderá ser feita com a utilização desses recursos de montagens?

RESPOSTA: Conforme estabelecido no instrumento convocatório, Item 9.4.5, as peças deverão ser apresentadas em folhas de formato A3, dobradas ao meio, após a estratégia de mídia e não mídia, devendo ser entregues soltas no Invólucro, e numeradas na sequência desta.

ESCLARECIMENTO Nº 17:

"Tradicionalmente em concorrências privadas ou públicas, a estratégia de mídia e não-mídia distribui a verba proposta em quantas peças a agência achar pertinente. Ficando exemplificado e justificado na ideia criativa algumas das peças em particular. Este edital limita

em até 10 o número de peças publicitárias (página 59, peças da campanha, "a"). Ao ler o esclarecimento número 02 (datado de 3 de fevereiro), perguntamos de forma objetiva: é certo entender que a estratégia de mídia e não-mídia poderá ter um número MAIOR que 10 peças? e na ideia criativa, deveremos apresentar NO MÁXIMO dez dessas peças?". *(sic)*

RESPOSTA: Sim. Para a Estratégia de Mídia e Não Mídia não há limite de peças. A Estratégia pode conter quantas peças a licitante achar interessante, limitado apenas a verba estipulada. Por sua vez, para Ideia Criativa, há o limite de 10 (dez) peças. Portanto, os *layouts* apresentados devem se restringir a 10 (dez) peças e a Estratégia fica livre a cada agência propor.

Encaminhamos os respectivos esclarecimentos a todos os licitantes que solicitaram o Edital e disponibilizamos no site, levando em consideração que pode ser objeto de dúvida de outros interessados.

Natal/RN, 11 de Fevereiro de 2016.

Vivianne Cunha Monteiro Dias
Presidente da Comissão Especial de Licitação