

Compras

Assunto:

ENC: Pedido de Esclarecimentos Tomada de Preços 002/2015

De: Juliane [<mailto:juliane@crcmg.org.br>]

Enviada em: terça-feira, 13 de outubro de 2015 10:26

Para: 'Link Comunicação'

Cc: 'COMPRAS2'

Assunto: RES: Pedido de Esclarecimentos Tomada de Preços 002/2015

Sr. Bruno Mares,

Seguem as respostas aos seus pedidos de esclarecimentos:

Agradecemos a prontidão no envio das respostas ao nosso pedido de esclarecimento, mas, no entanto, cumpre observar que as respostas enviadas além de não abordarem por completo todos os aspectos citados nas perguntas formuladas, o texto enviado não é satisfatoriamente suficiente para esclarecer as nossas dúvidas que continuam sem resposta.

Caso alguma resposta não tenha sido satisfatória, cumpre a esta empresa refazê-las objetivamente, estamos à disposição para esclarecer os pontos não compreendidos do edital.

Cumpre salientar que o Briefing do Edital está bastante confuso, e ao invés de fornecer informações para a proposição de um novo plano publicitário, de uma nova proposta técnica para o CRC, centra a sua abordagem no que já existe, no que já foi feito e no que foi gasto anteriormente, e pelo visto, solicita que o novo plano obedeça exatamente as verbas previstas para estas ações sem dar a liberdade as licitantes de prever novas ações e um planejamento diferenciado.

As informações dispostas no Briefing abordam as ações de comunicação que o CRCMG já utiliza e que a licitante vencedora do certame deverá dar continuidade, bem como novas ações que deverão ser implementadas. Ambos os casos estão claramente especificados no Briefing, inclusive quanto aos valores disponíveis para cada serviço.

Com todo respeito pelo trabalho realizado pelos profissionais responsáveis pela elaboração do Edital, gostaríamos de propor que o Briefing estabeleça, assim como nas demais licitações deste tipo, uma campanha com uma verba total estipulada (que não seja a totalidade da dotação orçamentária), um tema, um objetivo de comunicação, deixando as licitantes livres para proporem, planejarem e criarem o que acreditam ser mais conveniente para este Conselho, ao invés de informar o que foi gasto, e solicitar que o planejamento seja feito dentro dos limites de verba estipulados, tarefa que é impossível de ser realizada sem a informação sobre o que será solicitado por este Conselho durante a vigência do Contrato.

À Administração Pública é vedado assumir obrigação de pagamento sem a previsão do devido recurso, dessa forma, o montante da dotação orçamentária disponível no Briefing, como critério de valor total estimado, cumpre as exigências previstas na legislação vigente, a saber:

“§ 2º As obras e os serviços somente poderão ser licitados quando:

...

III - houver previsão de recursos orçamentários que assegurem o pagamento das obrigações decorrentes de obras ou serviços a serem executadas no exercício financeiro em curso, de acordo com o respectivo cronograma;” (art. 7º, § 2º, inc. III, da Lei nº 8.666/93).

“Nenhuma compra será feita sem a adequada caracterização de seu objeto e indicação dos recursos orçamentários para seu pagamento, sob pena de nulidade do ato e responsabilidade de quem lhe tiver dado causa.” (art. 14, da Lei nº 8.666/93).

“É vedada a realização de despesa sem prévio empenho.” (art. 60, da Lei nº 4.320/64).

“... observância das fases da despesa pública, de modo que o empenho seja prévio ou contemporâneo à contratação, consoante artigos 58 a 70 da Lei nº 4.320/1964;” (TCU, Acórdão nº 1.404/2011, 1ª Câmara)

Para um maior entendimento do que estamos propondo, sugiro pesquisarem a maioria dos editais similares ao deste processo, para verificarem que geralmente é assim que é feito e é proposto, bem como a elaboração do briefing por profissionais de comunicação que tenham experiência neste assunto, pois da forma como o Edital e o Briefing estão propostos, com cláusulas que estabelecem exigências contraditórias, é praticamente impossível formular um plano publicitário padronizado que permita uma avaliação padronizada das propostas, além de dar abertura para inúmeras proposições de recursos e poder ocasionar a nulidade do certame.

O Edital da Tomada de Preços nº 002/2015, foi elaborado seguindo a legislação vigente aplicada á contratação de agência de propaganda, bem como As Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

Caso haja pontos não compreendidos no edital, os pedidos de esclarecimentos poderão ser solicitados a esta Comissão em até dois dias úteis antes do dia da data de abertura da licitação.

Atenciosamente,



Juliane Garcia de Abreu
Conselho Regional de Contabilidade de Minas Gerais
Presidente da Comissão de Licitação
juliane@crcmg.org.br

Nos dias 17 e 18 de novembro de 2015, haverá eleições no CRCMG. Mantenha sua situação regular para que possa votar.

[Clique aqui para atualizar seu endereço, telefone ou e-mail](#)

De: Link Comunicação [<mailto:link@linkagencia.com.br>]

Enviada em: sexta-feira, 9 de outubro de 2015 17:18

Para: 'Juliane' <juliane@crcmg.org.br>

Assunto: RES: Pedido de Esclarecimentos Tomada de Preços 002/2015

Prezada Sra.

Agradecemos a prontidão no envio das respostas ao nosso pedido de esclarecimento, mas, no entanto, cumpre observar que as respostas enviadas além de não abordarem por completo todos os aspectos citados nas perguntas formuladas, o texto enviado não é satisfatoriamente suficiente para esclarecer as nossas dúvidas que continuam sem resposta.

Cumpr salientar que o Briefing do Edital está bastante confuso, e ao invés de fornecer informações para a proposição de um novo plano publicitário, de uma nova proposta técnica para o CRC, centra a sua abordagem no que já existe, no que já foi feito e no que foi gasto anteriormente, e pelo visto, solicita que o novo plano obedeça exatamente as verbas previstas para estas ações sem dar a liberdade as licitantes de prever novas ações e um planejamento diferenciado.

Com todo respeito pelo trabalho realizado pelos profissionais responsáveis pela elaboração do Edital, gostaríamos de propor que o Briefing estabeleça, assim como nas demais licitações deste tipo, uma campanha com uma verba total estipulada (que não seja a totalidade da dotação orçamentária), um tema, um objetivo de comunicação, deixando as licitantes livres para proporem, planejarem e criarem o que acreditam ser mais conveniente para este Conselho, ao invés de informar o que foi gasto, e solicitar que o planejamento seja feito dentro dos limites de verba estipulados, tarefa que é impossível de ser realizada sem a informação sobre o que será solicitado por este Conselho durante a vigência do Contrato.

Para um maior entendimento do que estamos propondo, sugiro pesquisarem a maioria dos editais similares ao deste processo, para verificarem que geralmente é assim que é feito e é proposto, bem como a elaboração do briefing por profissionais de comunicação que tenham experiência neste assunto, pois da forma como o Edital e o Briefing estão propostos, com cláusulas que estabelecem exigências contraditórias, é praticamente impossível formular um plano publicitário padronizado que permita uma avaliação padronizada das propostas, além de dar abertura para inúmeras proposições de recursos e poder ocasionar a nulidade do certame.

Esperamos contribuir para a realização com sucesso deste processo licitatório, aguardando a mais breve resposta ao presente questionamento.

Atenciosamente,



Bruno Mares – Diretor Executivo

Link Comunicação - Agência de Propaganda

Patos de Minas - MG Telfax. 34 3823 3390

link@linkagencia.com.br www.linkagencia.com.br

De: Juliane [<mailto:juliane@crcmg.org.br>]

Enviada em: sexta-feira, 9 de outubro de 2015 15:16

Para: link@linkagencia.com.br

Cc: 'GEADF'; 'COMPRAS2'; 'Compras'

Assunto: ENC: Pedido de Esclarecimentos Tomada de Preços 002/2015

Sr. Bruno Mares,

Seguem as respostas aos seus pedidos de esclarecimentos:

- 1) A elaboração do quadro resumo solicitado no item IV do Capítulo 5.1 - Estratégia de Mídia deve contemplar apenas a produção e veiculação da campanha anual institucional descrita no item 3.5 do Briefing, com verba prevista de R\$ 80.000,00, ou o valor total da dotação orçamentária especificada no item 5.1 correspondente a R\$ 347.860,00? Em caso da necessidade do quadro resumo contemplar o valor total da dotação orçamentária, é importante observar que não há como elaborar o plano obedecendo as verbas previstas no Briefing sem a informação sobre a quantidade e volume das Demais Veiculações, que segundo o item 3.6 do Briefing poderão ser solicitadas a qualquer tempo pelo CRC.

O valor de R\$ 347.860,00 refere-se ao valor estimado total – ver item 18.1 -, sendo que sua subdivisão encontra-se disposta no Anexo I – Briefing.

“18.1 - O Conselho Regional de Contabilidade de Minas Gerais poderá investir em publicidade, através da agência vencedora desta licitação, até o valor estimado de R\$ 347.860,00 (trezentos e quarenta e sete mil, oitocentos e sessenta reais), conforme subdivisões constantes do Briefing, aí incluídos quaisquer custos, internos ou externos, inclusive descontos, honorários de supervisão e outros.”

Informamos que, havendo a supressão ou adição de solicitações, reportaremos ao Item 14.6 do Edital 002/2015 – Tomada de Preços.

- 2) Os custos internos, correspondentes aos valores de criação, devem ou não ser incluídos no quadro resumo haja vista que o item IV do Capítulo 5.1 - Estratégia de Mídia solicita que o quadro resumo contenha apenas os custos nominais de produção e veiculação, mas já o item 5.1, contraditoriamente, solicita que sejam “aí incluídos quaisquer custos, internos ou externos, inclusive descontos, honorários de supervisão e outros”...

Sim, os custos internos devem ser incluídos. Ver item 18.1.

“18.1 - O Conselho Regional de Contabilidade de Minas Gerais poderá investir em publicidade, através da agência vencedora desta licitação, até o valor estimado de R\$ 347.860,00 (trezentos e quarenta e sete mil, oitocentos e sessenta reais), conforme subdivisões constantes do Briefing, aí incluídos quaisquer custos, internos ou externos, inclusive descontos, honorários de supervisão e outros.”

- 3) Gostaríamos de obter informação sobre as medidas do envelope padronizado tendo em vista que o item III do Capítulo 5.1 – Idéia Criativa solicita que os exemplos de peças publicitárias sejam apresentados em páginas no tamanho A3 (420 x 297 mm), e portanto, devem ser acondicionados neste envelope. Em caso deste envelope ser menor do que o tamanho das peças estas podem ser apresentadas dobradas? Estas páginas maiores devem ser apresentadas grampeadas junto ao caderno ou anexas em folhas soltas?

Os envelopes do tamanho A3 (420x297 mm) estarão disponíveis na sede do CRCMG à disposição dos licitantes para retirada.

- 4) O invólucro padronizado descrito no item 4.4.1.2 do Edital poderá ser retirado no mesmo dia da reunião de abertura, ou seja, no dia 19 de outubro, entre 9hs e 9:30 hs desta mesma manhã?

Sim.

Atenciosamente,



Juliane Garcia de Abreu
Conselho Regional de Contabilidade de Minas Gerais
Presidente da Comissão de Licitação
juliane@crcmg.org.br

Nos dias 17 e 18 de novembro de 2015, haverá eleições no CRCMG. Mantenha sua situação regular para que possa votar.

[Clique aqui para atualizar seu endereço, telefone ou e-mail](#)

De: Link Comunicação [<mailto:link@linkagencia.com.br>]
Enviada em: quinta-feira, 8 de outubro de 2015 17:28
Para: compras@crcmg.org.br; 'Juliane' <juliane@crcmg.org.br>
Assunto: Pedido de Esclarecimentos Tomada de Preços 002/2015

Conselho Regional de Contabilidade - CRC MG
Comissão de Licitação

Prezado Sr.

Como agência de propaganda interessada em participar da Tomada de Preços 002/2015 a ser realizada por este Conselho vimos através deste solicitar os seguintes esclarecimentos necessários à elaboração do Plano de Comunicação Publicitária:

O item 5.1 do Edital solicita que na elaboração do Plano seja considerado o valor estimado de R\$ 347.860,00, de acordo com as subdivisões constantes do Briefing, no qual encontra-se também especificadas as verbas previstas para criação e a veiculação nos diferentes meios de comunicação.

PERGUNTAS:

- 1) A elaboração do quadro resumo solicitado no item IV do Capítulo 5.1 - Estratégia de Mídia deve contemplar apenas a produção e veiculação da campanha anual institucional descrita no item 3.5 do Briefing, com verba prevista de R\$ 80.000,00, ou o valor total da dotação orçamentária especificada no item 5.1 correspondente a R\$ 347.860,00? Em caso da necessidade do quadro resumo contemplar o valor total da dotação orçamentária, é importante observar que não há como elaborar o plano obedecendo as verbas previstas no Briefing sem a informação sobre a quantidade e volume das Demais Veiculações, que segundo o item 3.6 do Briefing poderão ser solicitadas a qualquer tempo pelo CRC.
- 2) Os custos internos, correspondentes aos valores de criação, devem ou não ser incluídos no quadro resumo haja vista que o item IV do Capítulo 5.1 - Estratégia de Mídia solicita que o quadro resumo contenha apenas os custos nominais de produção e veiculação, mas já o item 5.1, contraditoriamente, solicita que sejam “ aí incluídos quaisquer custos, internos ou externos, inclusive descontos, honorários de supervisão e outros”...
- 3) Gostaríamos de obter informação sobre as medidas do envelope padronizado tendo em vista que o item III do Capítulo 5.1 – Idéia Criativa solicita que os exemplos de peças publicitárias sejam apresentados em páginas no tamanho A3 (420 x 297 mm), e portanto, devem ser acondicionados neste envelope. Em caso deste envelope ser menor do que o tamanho das peças estas podem ser apresentadas dobradas? Estas páginas maiores devem ser apresentadas grampeadas junto ao caderno ou anexas em folhas soltas?
- 4) O invólucro padronizado descrito no item 4.4.1.2 do Edital poderá ser retirado no mesmo dia da reunião de abertura, ou seja, no dia 19 de outubro, entre 9hs e 9:30 hs desta mesma manhã?

.Desde já, agradecemos a atenção aguardando a mais pronta resposta diante da proximidade da data de abertura da licitação.

Atenciosamente,



Bruno Mares – Diretor Executivo

Link Comunicação - Agência de Propaganda

Patos de Minas - MG Telfax. 34 3823 3390

link@linkagencia.com.br www.linkagencia.com.br

Nenhum vírus encontrado nessa mensagem.

Verificado por AVG - www.avgbrasil.com.br

Versão: 2015.0.6140 / Banco de dados de vírus: 4435/10783 - Data de Lançamento: 10/08/15