

Segue novos pedidos de esclarecimentos.

Prezada Comissão de Licitação,

Seguem novos Pedidos de Esclarecimentos:

1|) Nas respostas 6, 7 e 8 do Anexo, esta Comissão, basicamente informou que para o Exercício criativo, incluindo o Quesito Relação Custo/Benefício, as Licitantes não devem utilizar os preços "cheios" individuais constantes do Edital e sim utilizar os valores que apresentarão em suas propostas de preços, contrariando todas as Concorrências semelhantes em âmbitos estaduais e federais, que utilizam-se dos valores cheios para elaboração deste quesito e de outros que mencionam exequibilidade da proposta técnica.

O que esta Comissão respondeu, informando que as Licitantes devem se utilizar na Proposta Técnica dos valores que apresentarão em sua proposta de preços, é ilegal, pois, assim as Licitantes estariam antecipando fases e, na proposta técnica, já adiantando os valores constantes em sua proposta de preços, o que obrigatoriamente, desclassificaria todas as Licitantes, conforme ampla jurisprudência de Tribunais de Contas estaduais e da União.

Reiteramos que todos os Editais semelhantes a este, sejam estaduais ou federais, em seus Briefings, já determinam período para execução da proposta no briefing e determinam uma verba para a proposta, verba esta diferente do valor da contratação, uma verba hipotética apenas para o exercício, mas que utiliza-se dos valores individuais cheios de cada produto constante na lista de produtos executáveis no Edital.

Sendo assim, aguardamos posicionamento desta Comissão, afim de evitar-se futuras nulidades.

Reitera-se que o objetivo do desafio de comunicação é criar o Plano de Comunicação com estratégias que evidenciem o significado e o impacto real da política gratuita de mobilidade urbana para a cidade de Maricá, e também para o país, evidenciando o protagonismo do município na implementação e ampliação da estratégia do programa Tarifa Zero, inicialmente com os ônibus gratuitos, os vermelhinhos, e que se complementou com o lançamento das bicicletas coletivas gratuitas, as chamadas "Vermelinhas".

Dessa forma, o período e a verba a serem utilizados na execução da proposta do Briefing podem ser variados, de acordo com a estratégia escolhida a ser utilizada por cada empresa, ao longo do espaço e do tempo, por isso não é indicada no edital. Se a empresa entender que o objetivo do Desafio de Comunicação será alcançado em, por exemplo, no espaço de 03 (três) meses, deve apresentar uma proposta equivalente a este período, ao passo que, se entender que o objetivo deve ser alcançado em 12 (doze) meses, que o faça dessa forma. Dessa maneira, o orçamento requerido fica a cargo da estratégia a ser apresentada.

Ademais, não foi informado por esta Secretaria que as licitantes devem apresentar sua proposta de preço quando da proposta técnica. O que se define é que as licitantes deverão

fazer uma divisão da verba a serem aplicados nas suas propostas técnicas. Os valores serão feitos na Proposta de Preço, em momento oportuno, como determina esta Edital em acordo com a legislação.

2) Ainda de acordo com as respostas anteriores desta Comissão, em especial a resposta numero 12 do anexo, temos a seguinte resposta fornecida:

12) Na página 516 do Edital, ultima linha do Briefing, é dito: " Demonstre formas de vincular as comunicações entre as duas partes envolvidas". Indagamos: A quais partes o texto se refere?

Resposta:

"Será feita a devida adequação no Anexo III – Briefing "

Desta forma, indagamos: como é cediço, o artigo 21, § 4º da Lei 8666/93 determina que:

§ 4o Qualquer modificação no edital exige divulgação pela mesma forma que se deu o texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das propostas.

Assim, como uma alteração no Briefing obrigatoriamente vai afetar a formulação das propostas, indagamos se haverá a republicação do Edital, corrigindo a falha apontada e reabrindo-se prazo de 45 para entrega das propostas.

Ainda, quando será feita adequação do Briefing? Haverá, no site da Prefeitura, nova versão do Edital?

A adequação foi realizada conforme republicação constante no sítio eletrônico desta Prefeitura.

3) As Licitantes, em sua proposta técnica, poderão, além de apresentar textos em páginas A4, apresentar pendrives com peças, vídeos, animações, banners digitais, etc?

Não, as licitantes devem se ater aos termos previstos no Edital.

4) No Briefing, páginas 515 e 516, ´é mencionado que as Licitantes têm que criar um Plano de Comunicação que envolva, entre outros itens:

- Objeto(s) com a marca que incentive o uso do transporte coletivo (exemplo: squeeze, caneta, boné, prancheta, sacola reciclável, máscara, álcool em gel e etc);

- Mídia interativa para esclarecimento direta com os passageiros (dentro do site do programa ou em forma de busdoor ou até uma TV no ônibus); -

Ocorre que tais atribuições são de Agência de Publicidade e não de Agência de Comunicação corporativa ou comunicação digital.

Indagamos: estes itens serão revisados ou excluídos do Edital?

Sim, os itens foram retirados do Edital conforme republicação constante no sítio eletrônico desta Prefeitura.