



Serviço Municipal de Água,
Saneamento Básico
e Infra-estrutura

Ofício de Reposta:

PEDIDO DE ESCLARECIMENTOS AO EDITAL DE CONCORRÊNCIA 001/2006

Itajaí, 31 de outubro de 2006.

INTERESSADO: Lorita Ângela Serpa
D/Araújo Comunicação Ltda
Rua Professor Ayrton Roberto de Oliveira, 32, 10 andar, Itacorubi,
Florianópolis, SC, Brasil

Prezada Senhora:

Tendo em vista o Pedido de Esclarecimentos recebido via fax no dia 30 de outubro de 2006 15:28 horas, vimos por meio deste esclarecer o seguinte:

DAS PERGUNTAS E DAS REPOSTAS:

(1) A campanha solicitada no “briefing” destinada a recuperação da imagem do SEMASA refere-se a um planejamento de mídia para todo o ano de 2007 com os recursos orçamentários disponíveis no valor de 400 mil reais?

RESPOSTA: Quanto a dúvida sobre o orçamento informamos que o valor para todo o ano de 2007 é de R\$ 400 mil. Porém a licitante deve oferecer um planejamento apenas para esta campanha, levando em conta que existem muitas outras campanhas e ações de comunicação a serem realizadas durante o ano. O ideal é usar o melhor custo-benefício, como pode ser observado no **ANEXO – II – BRIEFING E PERFIL DA SEMASA** “*solicita-se a criação de uma campanha para recuperar a imagem do SEMASA frente aos seus públicos; consumidores e colaboradores. Vale destacar que a verba disponível para todo o ano de 2007 é de R\$ 400 mil. Com base nestes valores a agência deve oferecer um planejamento que ofereça o melhor custo-benefício para esta campanha em especial”, grifo nosso.*



Serviço Municipal de Água,
Saneamento Básico
e Infra-estrutura

(2) O conteúdo dos textos dos itens 10.1.6.3 (Planejamento e ofertas de ações e produtos de comunicação) e 10.1.6.5 (Estratégia de Mídia) não estariam trocados? Porque, no nosso entendimento, o texto primeiro se adequou com propriedade ao do segundo e vice-versa. Esta nossa assertiva se materializa quando no item 11.3 (Critérios de julgamentos) referindo-se os característicos permanentes aos quesitos técnicos Planejamento e ofertas de ações e produtos de comunicação letras a, b, c; Estratégia de Mídia em suas letras a, b, c, d.

RESPOSTA: Quanto ao questionamento há uma complementação de ambos, ou seja, um completa o outro mas não se confundem entre si. Neste sentido, ressaltamos a economicidade no critério “estratégia de mídia” e a diversidade de ações de comunicação para os públicos em questão no critério “Planejamento e ofertas de ações e produtos de comunicação”. Ressaltamos ainda que o trabalho a ser apresentado pela empresa deve levar em consideração prioritariamente os critérios de julgamento, descritos no item 11 do edital. Será baseada neles que a comissão de julgamento da técnica irá proceder a avaliação dos trabalhos apresentados.

Marcelo Almir Sodré de Souza
Diretor Geral