

MUNICÍPIO DE TIMBÓ – CENTRAL DE LICITAÇÕES
EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 06/2023 SAMAE
ESCLARECIMENTOS / QUESTIONAMENTOS

Seguem abaixo questionamentos realizados ao Edital acima informado, bem como as respectivas respostas.

PERGUNTA 01

No plano de mídia apresentado pelas agências de publicidade é permitido que seja incluídas rádios comunitárias sem fins lucrativos, rádios evangélicas ou educativas que tenham propostas comerciais de veiculação ou somente serão aceitas rádios com enquadramento legal para fins comerciais?

RESPOSTA: Conforme entendimento exarado pelo TCE/SC através do prejulgado nº 1399¹, “1. **A administração pública não poderá contratar entidade detentora de autorização para execução de serviço de radiodifusão comunitária, em face do disposto nos arts. 11, 18 e 19 da Lei n. 9.612/1998.** 2. *As rádios comunitárias não podem estabelecer qualquer tipo de vínculo que as submetam à relação de subordinação, administração, domínio ou comando mediante compromissos ou relações financeiras, religiosas, familiares, político-partidárias ou comerciais. Igualmente, com relação à administração pública, não poderão estabelecer vínculo decorrente da concessão de subvenção social para cobertura de despesas de custeio, as quais, como sabido, destinam-se à manutenção da entidade.* 3. *O patrocínio sob a forma de apoio cultural constitui-se na única forma de captação de recursos prevista em lei, hipótese porém, restrita aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida, conceito ao qual a administração pública não se submete.* 4. **A prestação de serviços de utilidade pública constitui, por expressa previsão legal, finalidade das rádios comunitárias, sendo de antemão a elas recomendado, dentre outras condutas, que noticiem fatos de utilidade pública, como condições de tempo, informes da defesa civil e do Poder Público, sem que para isso seja necessária contrapartida financeira pelo Poder Público.**” Portanto, o plano de mídia não poderá considerar, para fins de contratação de veiculação, esse tipo de serviço de por rádio comunitária.

PERGUNTA 02

Quais os recursos de mídia próprios do SAMAE de Timbó que poderão ser utilizados na campanha simulada?

RESPOSTA: Todos os existentes e em conformidade com o plano de mídia.

PERGUNTA 03

No texto que deverá ser apresentado a Estratégia de Mídia - item 7.2.1 alínea d) – não consta o número máximo de páginas neste item. É correto afirmar que fica a critério de cada licitante determinar o número de páginas que melhor julgarmos utilizar em sua estratégia?

RESPOSTA: O edital não especifica a quantidade limite nas propostas técnica alusiva as alíneas C e D do item 7.2.1. Mesmo que o edital não tenha essa previsão e não havendo obrigação na legislação em limitar a

¹ Disponível em: https://consulta.tce.sc.gov.br/cogNovo/asp/prejulgado.asp?nu_prejulgado=1399

quantidade de páginas, existe um limitador físico, que é o envelope padrão entregue a todas as participantes da licitação deste objeto.

PERGUNTA 03

Na elaboração das tabelas, planilhas, e gráficos integrantes da Estratégia de Mídia, deverá ser apresentado um resumo geral com todos os custos de criação, veiculação e produção da campanha, assim como o período de veiculação e quantidades das peças (inserções/peças)?

RESPOSTA: SIM

PERGUNTA 04

Os preços das inserções em veículos de comunicação e de divulgação apresentados deverão ser os de tabela cheia vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação?

RESPOSTA: SIM

PERGUNTA 05

No anexo III – briefing do edital – pede para aplicar 30% de desconto nos valores de criação. Pergunta-se: Qual tabela SINAPRO deveremos utilizar?

RESPOSTA: A vigente na data de publicação do aviso de licitação.

WALDIR GIRARDI
Diretor Presidente do SAMAE