

Lagoa Santa, 01 de outubro de 2014

À Inovate Inteligência em Comunicação
Att. Bruno Gressi Campos
Diretor de Atendimento

Prezado Senhor,

Em atendimento ao pedido de esclarecimentos formulados em relação ao Edital Concorrência Pública 001/2014, vimos apresentar:

Esclarecimento 1

O item 1.9.4. (Estratégia de mídia e não mídia), do ANEXO IV, prevê que os custos para produção e veiculação da campanha deverão ser apresentados “desconsiderando-se os custos internos, honorários de agência e repasse de parte do desconto padrão do CENP.” Por outro lado, o Item 6, do Anexo II – Briefing, considera que para a distribuição e utilização da verba estipulada para a campanha simulada, no valor de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais), “Também deverá ser levado em conta o desconto que será incidido sobre a tabela do SINAPRO, e sobre os fornecedores terceirizados para aferição do preço final a ser pago pela licitante em relação a campanha”. Conforme esta segunda orientação, nosso entendimento é de que os custos de serviços internos deverão ser considerados na utilização da verba, aplicando-se o desconto a ser praticado pela licitante em sua proposta de preço. Usualmente tais custos não são considerados em processos licitatórios, e quando o são, devem ser apresentados com o valor cheio da tabela do Sinapro. Tal padronização garante maior isonomia ao processo, uma vez que todos os licitantes devem trabalhar com os mesmos custos. Além disso, ao se aplicar no lançamento destes custos internos “o desconto que será incidido sobre a tabela do SINAPRO” haverá uma antecipação da informação constata na proposta de preço da cada licitante, possibilitando assim, que na abertura do envelope 2 e identificação de cada proposta apócrifa, o desconto a ser concedido por cada licitante seja conhecido antes da abertura das propostas de preços.

Diante da divergência acima, gostaríamos de saber se os custos internos deverão ser considerados na campanha simulada, ou se podemos desconsiderá-los, conforme item 1.9.4 do Anexo IV?

RESPOSTA:

O Edital em seu item 1.9.4, apresenta:

1.9.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia: texto com no máximo 5 (cinco) páginas, em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela recomendada e em função da verba disponível e informações constantes do Briefing, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo (que não serão computados no limite acima) que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção

(tabela cheia vigente na data de publicação deste) e período de veiculação, desconsiderando-se os custos internos, honorários de Agência e repasse de parte do desconto padrão do CENP

De forma objetiva os licitantes devem apresentar os custos nominais de produção ao valor de tabela cheia vigente na data de publicação do edital, desconsiderando os custos internos, honorários de Agência e repasse de parte do desconto padrão do CENP.

Esclarecimento 2

O Edital não traz qualquer orientação quanto ao período da campanha. Desta forma entendemos que ficará a critério das licitantes proporem um período adequado para os objetivos do plano de comunicação. O período está a critério da licitante?

RESPOSTA:

Sim. O período da campanha ficará à cargo da licitante dentro da limitação financeira da campanha e capaz de atender ao plano de comunicação proposto.

Esclarecimento 3

Quais são os canais de comunicação próprios da Prefeitura de Sete lagoas que podem ser considerados pela licitante na estratégia de mídia e não mídia? Estes meios poderão ser lançados com custo zero de veiculação?

RESPOSTA:

O município de Lagoa Santa (e não Sete Lagoas, como se apresenta no esclarecimento 3) não possui canais de comunicação próprios que impactam financeiramente na estratégia de comunicação. Os meios que o município utiliza e possui não terão custos de veiculação para a agência. Neste sentido, podem considerar como custo zero de veiculação.

Atenciosamente,

Presidente da CPL