

## Concorrência nº 01/2017

Processo Licitatório nº 341.425

- Contratação de Serviços de Publicidade por Agência de Propaganda -  
ESCLARECIMENTOS II

○ **SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL – ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DO RIO GRANDE DO SUL**, pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, instituído sob a forma de Serviço Social Autônomo, com sede em Porto Alegre (RS), à Praça Professor Saint Pastous de Freitas nº. 125 - 3º andar, Cidade Baixa – CEP 90.050-390 - CNPJ/MF: 04.303.406/0001-02, a seguir denominado simplesmente **SENAR-RS**, agradecendo o interesse das empresas em nosso processo licitatório, ESCLARECEMOS os QUESTIONAMENTOS recebidos pela CPL, conforme segue:

1. Em relação à ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA, esse SENAR/RS dispõe de jornal ou outro meio de veiculação próprio, que possa ser disponibilizado para a campanha, como por exemplo o Jornal SUL RURAL, da FARSUL, ou outro?

*Resposta:* em se tratando de “jornal impresso”, informamos que este SENAR-RS não possui veículo desta natureza.

2. Em relação à CAMPANHA DE MÍDIA, necessitamos saber se existe um período específico para a campanha ou não; isto é, se existe período específico para desenharmos a mídia, por exemplo: janeiro e fevereiro? Ou de 15/02 a 30/04? Ou, é uma campanha para 3 meses? Ou para 6 meses?

*Resposta:* a Campanha terá validade de 1 (um) ano, até que o SENAR-RS complete 26 anos.

3. EM RELAÇÃO AO PERCENTUAL MÍNIMO DE HONORÁRIOS - Apesar da sua resposta a um esclarecimento anterior feito por um outro licitante ter constado da seguinte maneira: Continuamos com DÚVIDA sobre o cálculo da pontuação na Proposta de preços.

Mesmo ela tendo sido PARCIALMENTE esclarecida na pergunta e resposta acima, acreditamos que não está claro. Na resposta esse SENAR afirma que “o **SOMATÓRIO DE HONORÁRIOS DEVERÁ SER MAIOR QUE “0” (ZERO)**”, porém a expressão “maior que zero” é subjetiva. Para uma agência licitante pode ser entendido como 0,1%, para outra agência pode ser 1%. Vale dizer, se cada agência se utilizar de um percentual diferente, continuará inviável o cálculo.

*Resposta:* Não, o cálculo somente ficará inviável se o somatório dos 3 (três) percentuais restarem 0 (zero). Sendo assim, as agências poderão ofertar quaisquer percentuais de honorários, até o limite de 10%.

4. Não seria o caso desse SENAR fixar um percentual mínimo de honorários, e não deixando ao critério de cada agência fixá-lo livremente?

*Resposta: Não, entendeu o SENAR-RS que cada agência deve ficar livre para apresentar sua proposta dentro de parâmetros percentuais de acordo com seus custos e sua estrutura, para atender as atividades previstas.*

5. Considerando o que está previsto nos itens 5.6.3.12 letra A e letra B questionamos: A criação de uma logomarca é considerada uma peça? A utilização dessa logomarca em todas as peças, será considerado como mais de uma peça, exemplo, utilizar a logomarca que já foi apresentada em separado como peça, num anúncio, essa peça anúncio é considerada uma peça ou por estar com a logomarca será considerada 2 peças?

*Resposta: considerando que este SENAR-RS já possui uma logomarca, não será necessária a criação neste sentido. Entretanto, se for considerada a criação de um "selo comemorativo", este sim, será considerado como uma peça.*

*Se este selo comemorativo for aplicado em outras peças, não serão considerados como 2 peças.*

6. Os exemplos de peças da ideia criativa, podem ser apresentados separadamente do caderno do plano de comunicação, dentro do Envelope 1 – VIA NÃO IDENTIFICADA - conforme item 5.6.3.2.? Na sequência, o item 5.6.3.3., fala que o conteúdo deve moldar-se ao invólucro.

Nossa dúvida é se os exemplos de ideia criativa devem estar contidos dentro do envelope nº1, ou se pode ser uma caixa / envelope separado? Caso seja separado, como essa caixa/envelope deve ser entregue??

*Resposta: Sim, dentro do Invólucro nº 1, separada do caderno do Plano de Comunicação.*

*Para melhorar a acomodação do material, e permitir que os exemplos de ideia criativa se amoldem ao Invólucro, este SENAR-RS alterou o mesmo, de envelope para pasta plástica mais robusta, e assim acondicionar o material relativo aos subquestos do Plano de Comunicação.*

7. Para elaboração da estratégia de mídia da campanha, para respeitarmos o que diz o item 5.5.4.6, como deverá ser feita a precificação de mídias que não possuem tabela, como o Google e Facebook?

5.6.4.6. Nessa SIMULAÇÃO, os preços das inserções em veículos de comunicação e de divulgação devem ser os da tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso da Licitação; bem como, devem ser considerados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

*Resposta:* Não havendo na tabela tal precificação, a licitante deverá trabalhar com os preços praticados no mercado para esse tipo de ambiente, e de acordo com o tipo de estratégia adotada e o público que pretende atingir.

**8.** Nos itens **1.5** e **5.6.4.1** (páginas 2 e 10, respectivamente) o edital refere a verba global anual e o percentual desta verba destinada ao investimento em mídia, para o cumprimento do briefing.

Nossa dúvida refere-se à verba de produção: os investimentos de produção da campanha devem ser contemplados dentro dos 20% da verba global ou devem ser considerados a parte? Os 20% da verba global são exclusivamente para mídia?

*Resposta:* Os 20% previstos no subitem "5.6.4.1" são valores referenciais a serem aplicados na Estratégia de Mídia sugerida pela licitante, de acordo com o Plano de Comunicação que integra sua proposta técnica.

**9.** O item 5.6.4.6 do edital diz que para a simulação da estratégia de mídia e não mídia do plano de comunicação, as agências devem usar a tabela cheia para calcular os preços das inserções em veículos de comunicação e divulgação. Assim como devem ser considerados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores. Temos duas dúvidas: os custos internos devem ser calculados com base nos valores da tabela cheia do sindicato das agências de propaganda (100% do valor da tabela) ou devem ser calculados de acordo com o percentual de desconto que a agência irá propor em sua proposta de preço para o contrato?

*Resposta:* Para a simulação da estratégia de mídia deve ser aplicada a tabela cheia. A adoção desse critério, na simulação de estratégia, visa apenas padronizar os custos para todas as licitantes, e não se confunde com os percentuais que a licitante indicará em sua Proposta de Preços – Envelope nº 4.

**10.** Os honorários devem ser calculados de acordo com os percentuais que cada agência irá propor em sua proposta de preço para o contrato ou haverá um padrão indicado pelo SENAR? O edital apenas indica que a soma de honorários deve ser maior que 0 mas não indica o que seria o limite

*Resposta:* para apresentação da Proposta de Preço, a licitante terá o limite máximo de 10% para os honorários.

Não há previsão de percentual mínimo, ficando estes por conta de cada licitante, de acordo com seus custos interno e sua estrutura.

A ressalva que se faz, é apenas no sentido de que o somatório dos três percentuais deve ser maior que zero.

**11.** Gostaríamos de verificar, se existe número máximo de páginas para Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação?

Também percebemos que não existe nenhum caderno de esclarecimento publicado no site. Ainda não houve publicação ou há outro caminho que possamos achar?

*Resposta:* No Instrumento Convocatório não está contemplada tal limitação. Quanto aos questionamentos das licitantes há uma compilação de esclarecimentos postados em nosso site: [www.senar-rs.com.br/licitacoes](http://www.senar-rs.com.br/licitacoes).

**12.** Qual o limite de páginas para os itens raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa e estratégia de mídia e não mídia?

*Resposta:* No Instrumento Convocatório não está contemplada tal limitação, mas há ressalva quanto às peças a serem apresentadas.

**13.** Gostaria de tirar uma dúvida sobre o item 5.5.7. do edital da Licitação em vigor. Nele diz que pode ser usado espaçamento duplo APÓS os títulos ou subtítulos.

Sendo assim, o título estará colado no parágrafo anterior acima. O correto não seria o espaçamento duplo ANTES do título e subtítulo?

*Resposta:* O correto é espaçamento simples entre linhas, e duplo entre texto e título e subtítulos, a fim de destaca-los.

---

**24/01/2018**