



PEDIDO DE ESCLARECIMENTOS 006

Assunto: **CONCORRÊNCIA PÚBLICA N°001/2021 - PUBLICIDADE - PEDIDO DE ESCLARECIMENTO 2 DA PUBLIKÁ7**
 De: Publiká 7 <publika7@publika7.com.br>
 Para: <licitacao@cmmacae.rj.gov.br>
 Cópia: Imachadollian@gmail.com <lmachadollian@gmail.com>, mfbcontabilidade@gmail.com <mfbcontabilidade@gmail.com>
 Data: 2021-05-31 10:51



• CMM CP 001 2021 Pedido de Esclarecimento 2.pdf (~923 KB)

Prezados Senhores,

Bom dia!
 Como, apesar das respostas de 1 a 5 que nos foram encaminhadas, ainda ficamos com algumas dúvidas relevantes para a elaboração da Proposta Técnica, enviamos, em anexo, novo pedido de esclarecimento.
 Solicitamos a gentileza de acusar o recebimento.

Obrigada.
 Regina Martins Paganotti
 Publiká 7 Publicidade e Comunicação
 Tel.: (22) 2764-6455



De: "Publiká 7" <publika7@publika7.com.br>
 Enviada: 2021/05/20 17:53:18
 Para: licitacao@cmmacae.rj.gov.br
 Assunto: RE: PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS 001 E 002 - CONCORRÊNCIA PÚBLICA N°001/2021

Mensagem recebida.
 Obrigada.

e: licitacao@cmmacae.rj.gov.br
 enviada: 2021/05/20 16:37:03
 Para: publika7@publika7.com.br
 Assunto: PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS 001 E 002 - CONCORRÊNCIA PÚBLICA N°001/2021

Prezados Senhores,

Venho por meio deste, informar que segue em anexo e encontra-se disponível no Portal da Transparência da Câmara Municipal de Macaé (www.cmmacae.rj.gov.br) os pedidos de esclarecimentos 001 e 002, com suas devidas respostas após subsídios realizados pelo Setor de Comunicação.

Atenciosamente,

Marcelo da Silva Pinto
 Presidente da Comissão Permanente de Licitação
 Câmara Municipal de Macaé

Rio das Ostras, 31 de maio de 2021.

Ao
Presidente da Comissão Permanente de Licitação
Câmara Municipal de Macaé
Macaé – RJ

Ref. Concorrência Pública nº 0001/2021 - Processo Administrativo nº 160/2021

Assunto: Pedido de Esclarecimento 2

PROCESSO	
Nº	<u>0160/21</u>
Fls	<u>817</u>
	<u>f</u>
ASSINATURA	

Prezados Senhores,

Em primeiro lugar, queremos agradecer as respostas ao nosso questionamento e aos questionamentos das demais agências concorrentes, que nos ajudaram a elucidar dúvidas que tínhamos sobre alguns pontos do Edital.

No entanto, para nós, ainda permaneceram algumas dúvidas, cuja compreensão exata é bastante importante para a elaboração da Proposta Técnica – principalmente em se tratando de uma concorrência pública do tipo “Melhor Técnica”. Por essa razão, solicitamos, no prazo de 24 horas, resposta às dúvidas para que, dessa forma, em prazo razoável, tenhamos tempo hábil e condição de participar da referida licitação.

1. A primeira é em relação à assinatura da campanha publicitária: sabemos que o brasão é o símbolo oficial do município de Macaé e que a Câmara utiliza um logo específico. No logo da Câmara, o símbolo (brasão) está associado a uma tipografia (fonte), conferindo uma identidade de marca única à Câmara Municipal, diferenciada de outros órgãos que também usam o brasão.

Podemos assinar todas as peças apenas com o logo da Câmara que está no site (do qual o brasão faz parte)?

2. Quatro agências fizeram questionamentos quanto ao prazo da campanha. A dúvida se refere ao período de duração da campanha e a verba estimada. Em resposta às quatro licitantes, foi explicado que a campanha será executada no período total de 3 meses e a verba total estimada para essa divulgação é de R\$450.000,00. Correto?

3. Porém, nas respostas foi dito que os 3 meses da campanha seriam divididos em 3 fases: planejamento, desenvolvimento e execução.

Na resposta à EUROFORT:

2 meses são para desenvolvimento +

1 mês para a ação efetiva

Na resposta à DRM:

1 mês de campanha +

1 mês de divulgação / realização do evento +

1 mês de produção, divulgação e distribuição da revista

Na resposta à AZ3:

1 mês está relativo à execução da campanha +

2 meses anteriores servirão para planejamento e desenvolvimento

Na resposta à PUBLIKÁ 7:

1 mês está relativo à execução da campanha +

2 meses anteriores servirão para planejamento e desenvolvimento +

1 mês R\$ 150.000 é o que deve ser levado em consideração para execução da campanha

PROCESSO	
Nº	0160/21
Fls	818
ASSINATURA	



3.1. Devemos entender por "desenvolvimento" a produção das peças de mídia e não mídia? Em caso negativo, a que se refere a fase de desenvolvimento?

3.2. Devemos entender "ação efetiva / execução" como período de veiculação / exibição / distribuição das mídias? Em caso negativo, a que se refere a fase de ação efetiva / execução?

4. Em resposta à Publika, foi dito que "1 mês R\$ 150.000 é o que deve ser levado em consideração para execução da campanha".

4.1. A estratégia do plano de mídia seria para apenas 1 mês de veiculação / distribuição? Se sim, divulgaremos a campanha em apenas 1 mês?

4.2. E, nos 2 meses anteriores, que serviriam para planejamento e desenvolvimento, seriam investidos R\$ 150.000 em cada um deles?

4.3. Tendo em vista que na fase de planejamento (1º mês) o custo é zero; na fase de desenvolvimento, ou fase de produção (2º mês), os custos serão apenas de produção das peças de mídia e não mídia; e na fase chamada de execução (3º mês) é que estão concentradas as maiores despesas, pois incluem veiculação / exibição e distribuição das peças e materiais publicitários, não seria mais viável, do ponto de vista estratégico e de economicidade, deixar a critério da agência a aplicação dos R\$ 450.000,00 no decorrer do prazo de 3 meses, alocando-se mais verba onde fosse mais necessário, sem a divisão estanque de R\$150.000,00 em cada um dos três meses, e ainda assim atendo-se aos itens 3.3 (pág 73) e 11 (pág 90) do Edital?

5. Em relação ao questionamento 2 da Eurofort (Resposta 5) sobre se, no plano de mídia devemos usar tabelas vigentes e cheias e desconsiderar os descontos de agência, custos internos e honorários, foi respondido que "fica a critério da empresa". Comumente os editais de concorrência pública de publicidade definem que no plano de mídia da campanha devem ser utilizadas tabelas vigentes e cheias dos veículos, conforme descrito no item 11.3.4.3 da Minuta de Edital de Concorrência proposto pela Secretaria Especial de Comunicação Social do Ministério das Comunicações, datado de 18/12/2020.

11.3.4.3 Nessa simulação:

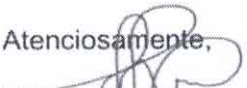
a) os preços das inserções em veículos de comunicação e divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabela de preços;

Essa opção de uso de tabelas vigentes e cheias dos veículos corrobora para garantir igualdade de condições entre os licitantes, sendo a igualdade um dos princípios básicos da licitação previstos no artigo 37 da Constituição Federal, que determina que as licitações devem obedecer, dentre outros, aos "princípios da legalidade, impessoalidade ou igualdade, moralidade ou probidade administrativa, publicidade e eficiência".

Com os nossos agradecimentos pela atenção, firmamo-nos

Atenciosamente,


Lilián Lobo Machado
Representante Legal
Publika 7 Publicidade e Comunicação Eireli