

**Ao Conselho Regional dos Representantes Comerciais no Estado de São Paulo  
CORE-SP**

**REF.: CONCORRÊNCIA 05/2020  
Processo Administrativo n.º 067/2020**

**PEDIDO DE ESCLARECIMENTOS**

**Esclarecimento 1 – Estratégia de Mídia e Não Mídia**

**No item 10.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia, o edital determina:**

d) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

***Pergunta:** O que significa desconsiderar os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores? No nosso entendimento seria considerar valores líquidos sobre orçamentos de fornecedores (produção). Está correto?*

-----  
**Esclarecimento 2 – CONFLITOS DE INFORMAÇÕES SOBRE A APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA  
TÉCNICA E O ANEXO I - BRIEFING:**

**No item 10.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, o Edital determina:**

10.3.3.3 Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 10.3.3 **estão limitados a 10 (dez)**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica.

10.3.3.4 Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até **o limite de 10 (dez)**.

**Já no Anexo 1 – Briefing, o Edital determina:**

**6. AÇÕES**

**Desenvolver e Implementar uma campanha de comunicação publicitária, em âmbito estadual, de caráter institucional, focada em:**

- 1- Valorizar ao profissional de representação comercial;**
- 2- Apresentar a importância do trabalho desenvolvido pelo representante comercial;**

**3- Divulgação institucional do Core-SP e a importância do registro profissional.**

Compreendendo as responsabilidades inerentes aos processos, solicita-se a criação, produção e veiculação de peças nos seguintes meios: Mídia offline (outdoor, busdoor, e mobiliário urbano: relógios e totens de Mídias Impressas); Mídia Digital (banners e peças para site e redes sociais); Peças audiovisuais (Vídeos e Podcasts) também para sites e redes sociais e produção publicitária para rádio (valorização da profissão).

**No item 7.2 - MATERIAIS A SEREM DESENVOLVIDOS, o Edital determina:**

Dentro do Plano de Comunicação do CORE-SP, **que será elaborado pela empresa contratada**, deverá ser definida uma identidade visual que permeie todas as peças da campanha institucional. As peças não devem ser todas iguais, mas o conceito deve ser facilmente identificado pelo público-alvo.

Criação de duas peças para mídia offline (outdoor, busdoor e relógios de rua) para cada público pontuado;

Criação de webdoors, por mês, para o site do CORE-SP. Especificação: 1920 x 540 pixels e 576 x 650 pixels;

Criação de uma peça para e-mail marketing;

Criação de 03 mensagens (com imagem), que serão enviadas por WhatsApp;

Criação de 02 anúncios para as redes sociais do Core-SP: 940 X 126 pixels;

Criação de 15 mensagens para serem postadas e impulsionadas nas redes sociais;

Criação de 02 banners para o website do Core-SP, Especificação: 246 x 502 pixels;

Criação de vídeo ou imagem para veiculação em monitores de edifícios comerciais (elevador, recepção, shoppings etc).

Criação de conteúdo para áudio e vídeo para veiculação em rádios no Estado de São Paulo e nas mídias e redes sociais.

**Pergunta 1 :**

*No nosso entendimento, a licitante deve apresentar 10 exemplos de peças (Ideia Criativa), independente do meio (conforme item 10.3.3.3).*

*Já as ações que compreendem o item 7.2 (Materiais a serem desenvolvidos), será realizado após a contratação da agência licitante, portanto, não integra a Proposta Técnica.*

*O Nosso entendimento está correto?*

**Pergunta 2:**

*As peças descritas no item 6 (Ações), devem ser consideradas na Proposta Técnica?  
Se sim, em relação as mídias offlines descritas: Mídia offline (outdoor, busdoor, e mobiliário urbano: relógios e totens), a licitante poderá optar pela utilização de uma dessas mídias?*

-----

**Esclarecimento 3 - 10.9 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:**

10.10 A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação.

10.10.3 É permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato.

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 10.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não.

10.10.3.1 A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 10.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 10.10 para descrição do Relato.

**Pergunta :** *O Edital informa que em cada Relato de Soluções de Problemas de Comunicação deve conter o máximo de 04 (quatro) páginas. Ainda sobre esta apresentação, também informa, sobre a permissão de inclusão de até 03 (três) peças publicitárias. Diante do exposto, estas peças publicitárias serão computadas na exigência de 04 (quatro) páginas do Relato? Se sim, no caso de serem apresentadas soltas do caderno específico. Serão computadas?*

-----

**Esclarecimento 4: Anexo 1 – Briefing**

**No item 8 - PROPOSTA COMERCIAL, o Edital determina:**

A proposta deverá ser apresentada discriminando cada item, com respectivo **custo de criação, produção e veiculação**. Também deverá ser apresentado o custo unitário de cada peça, em caso de necessidades extras.

Todos os impostos devem ser inclusos na proposta.



**Pergunta:** A que se refere essa Proposta Comercial? No quesito 10.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia, não consta a informação sobre apresentação de custo de criação (Custos internos). Os custos de criação deverão ser considerados na Estratégia de Mídia? Se sim, devem ser considerados de acordo com a Tabela Cheia do Sindicato? Já que qualquer percentual de desconto poderá antecipar a negociação da Proposta de Preços da licitante.

Solicitamos também maiores esclarecimentos quanto aos Impostos que devem ser incluídos na Proposta.

---

#### **Esclarecimento 5: Proposta de Preços**

No item 13.2, subitem e), o Edital determina:

Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo III, ressalvado que, nos termos do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/1993, **não serão aceitos:**

e) percentual de honorários maiores que 20% (vinte por cento) para intermediação entre a agência de publicidade e o veículo de comunicação que não pague o desconto-padrão.

**Pergunta:** O Edital informa no quesito "e" que não serão aceitos percentual de honorários maiores que 20% (vinte por cento). A Lei 12.232/10 já determina que estes honorários de veiculação são de 20% (vinte por cento). Portanto, uma licitante poderá apresentar em sua proposta de preço índice menor que 20% (vinte por cento)?

---

#### **Esclarecimento 6: Período Veiculação - Anexo 1 – Briefing**

No Anexo 1 – Briefing, - ítem 9, consta:

Durante todo ano e destaque para o **último trimestre de 2020** (outubro, novembro e dezembro).

**Pergunta:** A abertura do certame se dará em Dezembro de 2020, sendo assim, a Licitante deverá desenvolver a campanha hipotética para o ano de 2021, correto?