



**CONSELHO REGIONAL DOS REPRESENTANTES COMERCIAIS  
NO ESTADO DE SÃO PAULO  
CORE-SP**

**ESCLARECIMENTO**

**Pedido de esclarecimento 1**

De acordo com o item 10.3.4.3 do edital:

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

Já o item 8 do anexo I do briefing:

**PROPOSTA COMERCIAL**

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:** Os custos internos (criação) deverão fazer parte da verba estipulada para a campanha simulada?

Deverão ser utilizados os valores da tabela?

O ideal seria não constar o valor de criação, conforme solicitado no edital, pois cada agência irá conceder um desconto diferente.

Isso pode influenciar na hora da avaliação, pois a agência com o maior desconto será beneficiada, prejudicando o princípio da isonomia, que assegura a todos os concorrentes a igualdade de condições.

**Resposta:** Fica retificado o item 8 do anexo I do briefing, quanto ao “CUSTO DE CRIAÇÃO”.]

O Custo de Criação NÃO DEVERÁ SER APRESENTADO. Apenas os custos de produção e veiculação é que deverão fazer parte da campanha simulada.

Também toda e qualquer remuneração à agência, tais como honorários sobre produção externa, desconto de agência (como honorários de veiculação) e custos internos NÃO DEVERÃO CONSTAR DO PLANO DE COMUNICAÇÃO, em especial, do Quesito Estratégia de Mídia e de Não Mídia.



**CONSELHO REGIONAL DOS REPRESENTANTES COMERCIAIS  
NO ESTADO DE SÃO PAULO  
CORE-SP**

**Pedido de esclarecimento 2**

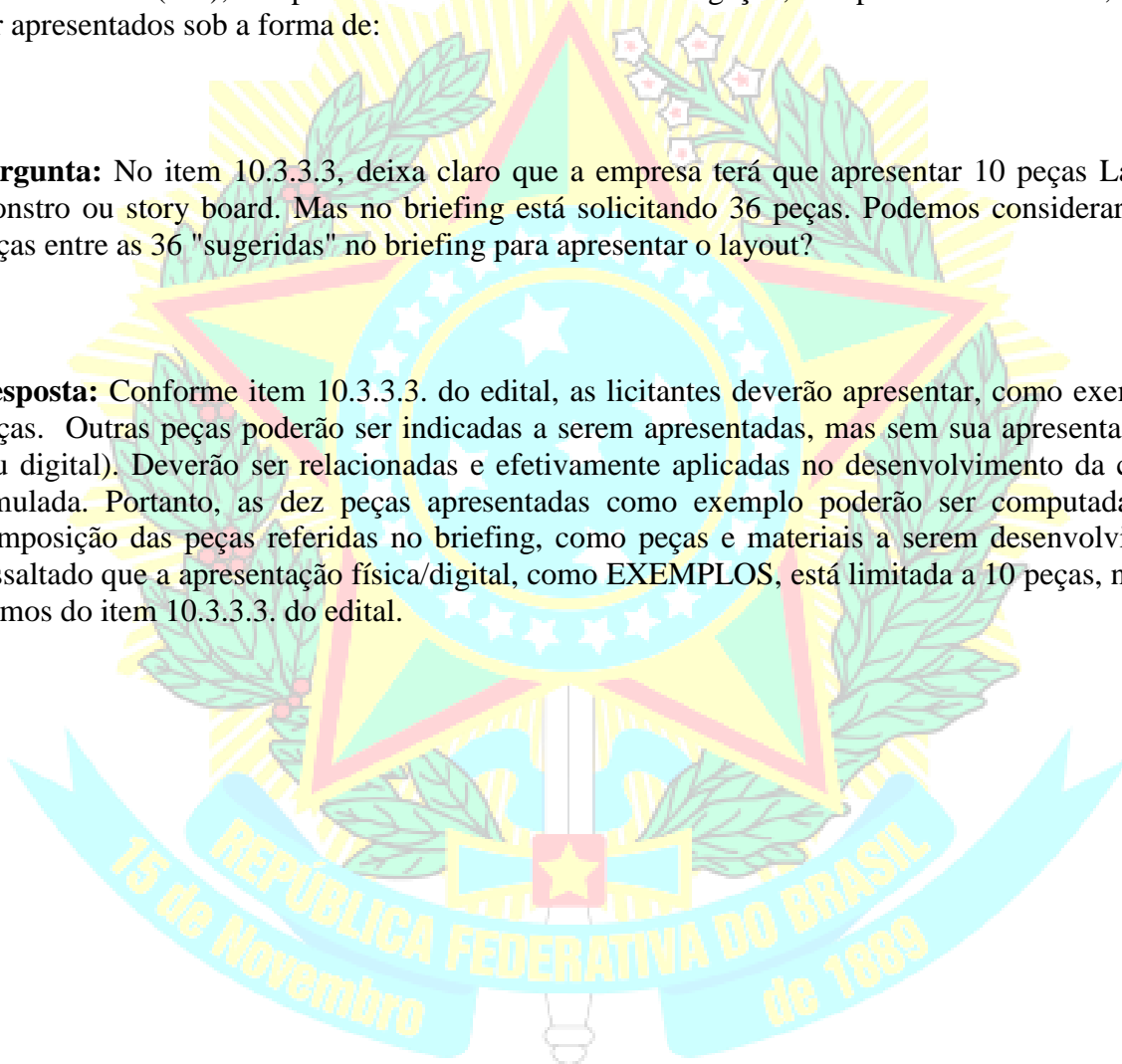
De acordo com o item 10.3.3 do edital:

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 10.3.3.3 deste Edital.

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, e poderão ser apresentados sob a forma de:

**Pergunta:** No item 10.3.3.3, deixa claro que a empresa terá que apresentar 10 peças Layouts ou monstro ou story board. Mas no briefing está solicitando 36 peças. Podemos considerar 10 (dez) peças entre as 36 "sugeridas" no briefing para apresentar o layout?

**Resposta:** Conforme item 10.3.3.3. do edital, as licitantes deverão apresentar, como exemplos, 10 peças. Outras peças poderão ser indicadas a serem apresentadas, mas sem sua apresentação física (ou digital). Deverão ser relacionadas e efetivamente aplicadas no desenvolvimento da campanha simulada. Portanto, as dez peças apresentadas como exemplo poderão ser computadas para a composição das peças referidas no briefing, como peças e materiais a serem desenvolvidas. Fica ressaltado que a apresentação física/digital, como EXEMPLOS, está limitada a 10 peças, nos exatos termos do item 10.3.3.3. do edital.





**CONSELHO REGIONAL DOS REPRESENTANTES COMERCIAIS  
NO ESTADO DE SÃO PAULO  
CORE-SP**

**Pedido de esclarecimento 3:**

No briefing não foi estipulada a verba que agência tem para trabalhar na campanha fictícia.

**Pergunta:** Qual a verba que temos para produção e veiculação desta campanha fictícia, para apresentarmos no plano?

**Resposta:**

**NOTA DE ESCLARECIMENTO ANEXA AO BRIEFING**

Considerando a data da sessão pública de Concorrência, em 14/12/2020, e os atos subsequentes e indispensáveis à conclusão do certame, esclareça-se que o período de veiculação previsto no item 9 do Briefing deverá ser compreendido como **durante o ano de 2021, com destaque para o primeiro trimestre (janeiro, fevereiro e março).**

Para apresentação da **campanha fictícia**, na forma do Briefing, a verba fixada no item 11, corresponderá a R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), valor este referente à disponibilidade orçamentária para serviços de divulgação institucional na conta contábil nº 6.2.2.1.1.01.04.04.018. Por fim, esclareça-se que, para tanto, as agências licitantes deverão contemplar custos de produção (filmes, fotos, gráficas, etc) e veiculação, excluídos custos internos.

