

**Pergunta:**

Referente ao processo licitatório Nº 04/2018, temos o valor de 50 mil para uso na campanha simulada. Caso façamos nosso Plano de mídia baseados nos valores de tabela cheia da tabela do Sinapro, como consta no edital, para criação, a verba será utilizada de forma ineficaz.

No briefing diz: "Para estimar os custos de criação, deverão ser considerados os custos cheios da tabela Sinapro-MG". Para que a campanha seja eficaz e eficiente, pedimos a reavaliação do item acima, uma vez que apenas os valores de produção e veiculação já são essenciais para uma boa avaliação da campanha.

**Resposta:** A campanha será realizada seguindo regras e valor do edital.

**Pergunta:**

1) O envelope apócrifo deve ser entregue aberto ou fechado?

2) Existe percentual mínimo ou máximo referente ao item "a" da Proposta de Preço? Segue o item:

"percentual de desconto sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais;"

**Resposta:**

1- fechado

2- Não, os percentuais por se mostrar prejudicial a economicidade da contratação almejada e conseqüentemente, ao interesse público envolvido não há limitação imposta ao item "A"

**Pergunta:**

**A campanha simulada com verba de R\$ 50.000,00 deve considerar :**

- Conforme citado no item do edital PROPOSTA TÉCNICA - Pág 5 : **custos nominais de produção e de veiculação**  
**= entende-se apenas custos de produção de terceiros SEM honorários sobre serviços**  
**SEM custo de criação conforme tabela Sinapro**  
**+ custos de veiculação conforme tabela bruta dos veículos**

**OU**

- Conforme citado no item do edital Briefing - pag 26 : **custos de planejamento, criação, produção e veiculação**  
**= entende-se custos de criação conforme tabela Sinapro +**  
**custos de produção de terceiros COM honorários sobre serviços**  
**+ custos de veiculação conforme tabela bruta dos veículos**

**PROPOSTA TÉCNICA - Pág 5**

5.7.1.1.d) Estratégia de Mídia e Não Mídia: a licitante deverá justificar a estratégia e as táticas de divulgação recomendadas em consonância com a estratégia de comunicação por ela sugerida e em função da verba disponível indicada, apresentada sob a forma de texto de no máximo 2 (duas) laudas, acompanhado de tabelas, gráficos, planilhas e por um quadro de resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, número de inserções e **custos nominais de produção e de veiculação**, nos termos do inciso IV do artigo 7º da Lei 12.232/2010.

5.7.1.2- No cálculo da distribuição dos custos para a produção e veiculação da campanha de que trata o subitem 5.7.1, "d" do presente, a licitante utilizará como referencial uma verba de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais);

5.7.1.2.1- Fica a critério da licitante a definição do período de veiculação, dos meios, e das praças a serem considerados na simulação de mídia.

A critério da Câmara Municipal de Itabirito, a campanha publicitária da proposta vencedora poderá ou não vir a ser produzida e veiculada com ou sem modificações, na vigência do Contrato.

## **Briefing - pág 26**

### **Campanha**

A licitante deverá apresentar sua proposta de campanha publicitária, seguindo as orientações do item 5.7.1 e seus subitens do Edital, além do seguinte:

1. A verba estimada de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), **para a criação desta campanha inclui custos de planejamento, criação, produção e veiculação.**
2. Na formulação do plano de distribuição das peças sugeridas, a licitante deverá utilizar como base de preço os valores brutos constantes das tabelas cheias dos veículos.

**Para estimar os custos de criação, deverão ser considerados os custos cheios da tabela Sinapro-MG.**

**Na estimativa de custos produção, no caso de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, considerar honorários de 15% (quinze por cento); no caso de peças e materiais cuja distribuição proporcionam à licitante, o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, considerar honorários de 10% (dez por cento).**

### **Resposta:**

Nos termos do inciso IV do artigo 7º da Lei 12.232/2010 será custos nominais de produção e veiculação.

### **Pergunta:**

1. A verba estimada de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), para a criação desta campanha inclui custos de planejamento, criação, produção e veiculação.

2. Na formulação do plano de distribuição das peças sugeridas, a licitante deverá utilizar como base de preço os valores brutos constantes das tabelas cheias dos veículos.

Para estimar os custos de criação, deverão ser considerados os custos **cheios** da tabela Sinapro-MG

Pergunta: para fazer o planejamento de campanha, o valor da tabela Sinapro é R\$41.445,00.

So para este valor, pegariamos quase todo o valor estipulado. Temos que colocar todos os valores da tabela Sinapro (incluindo valores de planejamento de campanha: R\$41.445,00, planejamento de mídia R\$7.254,00) ou somente o custo de criação de cada peça que será proposta?

Ex: tabela cheia SINAPRO - outdoor R\$4.957,00/ spot R\$3.069,00

**Resposta:**

1-Nos termos do inciso IV do artigo 7º da Lei 12.232/2010 será custos nominais de produção e veiculação.

2- Não é necessário colocar os valores do planejamento

**Pergunta:**

Na página 7, item 5.7.3.2 a-1 - o que seria publicidade legal?

**Resposta:**

Seria a produção de publicidade dentro do que é permitido dentro da tabela da sinapro