

## RESPOSTA AOS PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS

**Concorrência nº 001/2018**

**Objeto: Contratação de uma Agência para prestação de serviços de publicidade.**

As Licitantes não foram identificadas no intuito de se evitar qualquer possibilidade de identificação quando da entrega dos invólucros.

Os questionamentos das Licitantes foram transcritos para facilitar a compreensão das questões aduzidas e comprovar suas respostas.

### TERMO DE REFERÊNCIA

No item: 8.4 - Remuneração da CONTRATADA:

e) a CONTRATADA deverá conceder o desconto sobre a parcela negociável do “desconto padrão de Agência”, nos limites máximos permitidos no ANEXO “B” - SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS das Normas-Padrão do CENP, nos termos admitidos pelos itens 3.5 e 6.4 das Normas-Padrão do CENP.

**DÚVIDA: Onde se encontra o ANEXO “B” no edital para sabermos qual o DESCONTO MÁXIMO permitido?**

### RESPOSTA 1

O Anexo “B” encontra-se nas Normas Padrão do CENP ( ) e espelhada abaixo:

ANEXO “B”

INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA X PARCELA DO "DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA" A

REVERTERAO ANUNCIANTE

Até R\$ 2.500.000,00.

=

Nihil.



R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00 = Até 2% (dois por cento) do investimento bruto.

R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00 = Até 3% (três por cento) do investimento bruto.

De R\$ 25.000.000,01 em diante = Até 5% (cinco por cento) do investimento bruto.

Esclarecemos que neste caso ( item 2.5 das Normas Padrão), não se trata de “desconto”, mas sim valor a ser revertido ao Anunciante quando a verba anual investida por este em publicidade atingir valores superiores a R\$2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais).

### **ANEXO III DO EDITAL -**

### **ORIENTAÇÕES E EXIGÊNCIAS RELATIVAS À PROPOSTA TÉCNICA**

3.3)- As especificações do subitem 3.1 deste Anexo aplicam-se, no que couber, ao quesito Ideia Criativa do Plano de Comunicação Publicitária.

**DÚVIDA: As peças da IDEIA CRIATIVA devem ser apresentadas soltas ou em caderno único?**

### **RESPOSTA**

As peças da Ideia Criativa devem ser apresentadas em caderno sem capa e com espiral preto, 12mm, à esquerda. Para evitar identificação dos envelopes, eventuais dispositivos de mídia (pen drives, CD's, etc.) deverão constar no Caderno ora referido. O edital deve ser retificado neste ponto.

5.3)- O Conjunto de Informações da Licitante será composto dos seguintes quesitos:

a)- Capacidade de atendimento:

Este tópico deverá conter **até 20 (vinte) páginas** sobre os pontos a seguir indicados, não sendo computadas nesse limite as páginas intermediárias de titulação, conhecidas como “folhas de rosto”, norma válida para os demais itens da Proposta Técnica.

Em contrapartida:

6)- DISPOSIÇÕES GERAIS:

6.4- A tabela a seguir apresenta os limites máximos a serem observados para cada quesito da Proposta Técnica, ressalvadas as observações



| PROPOSTA TÉCNICA   | LIMITES MÁXIMOS                        |
|--|--|
| Raciocínio Básico + Estratégia de Comunicação Publicitária | 8 páginas                              |
| Estratégia de Mídia e Não Mídia                            | 15 páginas                             |
| Capacidade de Atendimento                                  | 25 páginas                             |
| Repertório   | 15 peças                               |
| Relatos de Soluções (cases)                                | 2 cases/ 3 páginas cada / 5 peças cada |
| Experiência Anterior                                       | Sem limite                             |

DÚVIDA: A capacidade de atendimento tem o limite de 20 ou 25 páginas, pois no item 5.3 diz 20 e na tabela do item 6.4 diz 25?

## RESPOSTA

Houve um erro de digitação quando da elaboração da Planilha exposta no subitem 6.4 do Anexo III. Assim, deve-se considerar o contido no subitem 5.3, ou seja; 20 (vinte) páginas como limite máximo de páginas para a Capacidade de Atendimento e não 25 (vinte e cinco) páginas.

## - ANEXO V DO EDITAL - CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

### 2. NOTA PREÇO

Dúvida: Fizemos uma simulação da FÓRMULA DE NOTA PREÇO (item 2.4) e verificamos que para que a FÓRMULA DA NOTA FINAL (NF) possa funcionar e alcançar o valor máximo de 100 pontos, a FÓRMULA da NOTA DE PREÇO teria que ser alterada para:

$$NP = \frac{\text{Nota Preço-1 (NP-1)} + \text{Nota Preço-2 (NP-2)}}{2} * 100$$

Dessa forma, teria que ser acrescentada na FÓRMULA DE NP a multiplicação \*100 para que na seguinte fórmula, NF possa atingir a pontuação de 100 pontos:

$$NF = (0,70 \times NT) + (0,30 \times NP)$$

$$EX: (0,70 \times 100) + (0,30 \times 100) = 70 + 30 = 100 \text{ PONTOS}$$

## RESPOSTA

Não será necessária a multiplicação por 100, como sugerida, pois conforme se vê do subitem 2.4 a Nota de Preço das Licitantes corresponderá à média aritmética simples de suas Notas Preços 1 e 2.

## - ANEXO II DO EDITAL - BRIEFING

Em relação ao briefing, a simulação da campanha é para divulgação de um show hipotético. A escolha, portanto, fica a cargo da agência.

Dúvida: Será levado em consideração pela subcomissão essa escolha ou até mesmo o investimento no cachê para esta contratação. Não seria mais adequado estipular um valor para cachê ou até mesmo a escolha de um show para que não haja um julgamento subjetivo nessa questão?

## RESPOSTA

A Subcomissão Técnica ao apreciar a Campanha apresentada pela Licitante, levará em conta os subquestos constantes do raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, a ideia criativa e a estratégia de mídia e não mídia (Subitem 1.3 do Anexo V), como um todo. Ressaltamos que o julgamento seguirá a objetividade ditada pelo inciso VIII do artigo 6º da Lei 12.232/2010, presente no Anexo V do Edital.

Ouro Preto/MG, 31 de janeiro de 2018.

  
**Marlene Maris Monteiro**  
Gestora do Contrato