

**Dúvidas recebidas pelas agências participantes:  
Agência TIG/ Agência FOCO e Agência IPSE**

**PERGUNTA:** Temos a seguinte dúvida, a necessidade de ser valorado , no custo da campanha simulada, gastos decorrentes de eventual utilização de slogan.

Conforme tabela sinapro, existe clara previsão de que havendo utilização de slogan, em campanha publicitaria, referido o valor obrigatoriamente deve ser cobrado!

Nossa duvida é, incluímos cobrança de slogan?

R:Conforme descrito no edital e previsto pelo briefing (anexo I), a valoração das peças deve seguir a tabela referencial da SINAPRO/SC. Ou seja, os itens utilizados na campanha simulada devem ser valorados conforme a tabela vigente da SINAPRO/SC, cabendo a cada participante elaborar a sua proposta.

**PERGUNTA:** Nos itens abaixo o percentual e de terceiros, não está clara no edital, estão se referindo a qual percentual ?

*e)Declaramos que, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o Município pagará, no máximo, os seguintes percentuais em relação ao valor original de cessão de direitos patrimoniais de autor e conexos, aos detentores de direito sobre:*

- I. *Trabalhos de arte e outros: \_\_\_% (\_\_\_\_ por cento)*
- II. *Obras consagradas incorporadas a peças: \_\_\_\_\_ % (\_\_\_ por cento).*

R: Entende-se que o anexo II alínea E diz respeito aos percentuais aos percentuais de autores e conexos, ou seja, incidente sobre os serviços e suprimentos externos contratados com quaisquer fornecedores quando a responsabilidade da agência limita-se, exclusivamente a contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.

Ou seja, conforme item 10.3 do edital, não poderá ser superior a 10% e nem inferior a 5%.

**PERGUNTA:** Nos itens abaixo, caso se a agência não queira ter nem um custo, podemos estar colocando percentual 0%, não terá problema?

*e)Declaramos que, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o Município pagará, no máximo, os seguintes percentuais em relação ao valor original de cessão de direitos patrimoniais de autor e conexos, aos detentores de direito sobre:*

III. *Trabalhos de arte e outros: \_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento)*

IV. *Obras consagradas incorporadas a peças: \_\_\_\_\_ %  
(\_\_\_ por cento).*

**PERGUNTA: \_É correto afirmar que o desconto a ser concedido sobre os custos internos, serão no máximo de 30% (trinta por cento) e no mínimo de 20% (vinte por cento)?**

R: O item 10.3 na alínea A deixa claro que não será aceito desconto inferior a 10% ou superior a 30% em relação aos preços previstos na Tabela Referencial de Preços da SINAPRO/SC. O anexo II alínea A teve um erro de digitação, onde está descrito 20% deve-se ler 10%. Este ajuste já foi retificado no processo.

Conforme descrito no item 7.2.3 ideia criativa, a apresentação de no máximo 4 páginas de texto acompanhadas de peças publicitárias correspondente a proposta criativa do proponente e já no item 7.2.3.1 descreve que poderão ser apresentadas no máximo 3 exemplos de peças, sendo limitada a uma peça para cada meio de veiculação proposto, sobre a forma de roteiros, layout ou storyboard, devendo ser impressos em papel branco, formato A4, 75g.

**PERGUNTA:** Neste caso podemos apresentar conforme item 7.2.3.1 podemos apresentar apenas no máximo 3 peças para exemplificar a campanha em forma de anexos porém, nada impede que sejam descritas na ideia criativa, em forma de texto, mais peças, desde que respeitado o limite de no máximo quatro páginas?

R: O único limite descrito no item 7.2.3.1 diz respeito a apresentação de no máximo três exemplos de peças, sendo limitados a uma peça para cada meio de veiculação proposto, sobre a forma de roteiros, layouts ou storyboards.

Os itens 7.2.1 Raciocínio Básico; 7.2.2 Estratégia de Comunicação Publicitária; 7.2.3 Ideia Criativa e o item 7.2.4 Estratégia de Mídia ou Não Mídia não limitam a quantidade de peças. Limitam-se apenas a quantidade de páginas e no caso do item 7.2.4.1 limita-se apenas a referência da verba total constante no Briefing (Anexo I).

**PERGUNTA:** O item 7.2.3.1 relata que devemos apresentar no máximo três peças publicitárias com layout. Porém o item 7.2.4.1 (tabela) cita várias peças/meios de divulgação. É correto afirmar que podemos utilizar quantas peças desejarmos na planilha de mídia e não mídia? Ou devemos usar em nosso plano de mídia não mídia somente as três peças que devem ser apresentadas na ideia criativa?

R: Conforme exposto no edital deverão ser apresentadas no máximo três peças, conforme explicito no item 7.2.3.1. Já no item 7.2.4.1 deixa claro que a tabela exposta é apenas um exemplo.

**PERGUNTA:** No item 10.3 (Proposta de Preços), letras A, B e C, fala de três percentuais. Porém no modelo de proposta de preços, Anexo II, afirma que devemos fazer a **proposta com 6 (seis) itens**. Qual dos itens devemos seguir na proposta de preços?

R: Conforme item 10.3 os quesitos e serem valorados são os integrantes da planilha que constitui o anexo III, ressalvando que, nos termos do art. 46, §1º, da Lei 8.666/93, não será aceito o que está descrito nas letras A, B e C.

**PERGUNTA:** Somando somente os valores dos custos internos de criação, ultrapassamos o valor da verba total da campanha, sendo que ainda temos que incluir os custos de produção e veiculação das peças. Desta forma sugerimos que a verba da campanha simulada seja de pelo menos R\$ 40.000,00 para conseguirmos atender o edital.

R: A Tabela Referencial de Preços em vigência do SINAPRO/SC deve ser seguida como deixa claro o edital. Cabe ao licitante proceder com a escolha dos veículos e melhor otimização da verba para realização da campanha. O valor proposto pelo edital já está definido no Anexo I.