



## COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO SESC-AR/RN | SENAC-AR/RN

### **Concorrência Compartilhada nº 001/2021-Sesc-AR/RN-Senac-AR/RN Processo nº 0280/2021**

**Objeto:** Prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar os públicos-alvo do Sesc e Senac, no Estado do Rio Grande do Norte.

## RESPOSTAS AOS PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS Nº 01 AO 11

Informamos que a Comissão de Licitação recebeu pedido(s) de esclarecimento(s) sobre o instrumento convocatório. Segue teor do(s) questionamento(s) e sua(s) respectiva(s) resposta(s):

### **ESCLARECIMENTO 01:**

"Quanto à identidade visual para assinatura das peças da ideia criativa, solicitamos esclarecimentos pois restam dúvidas sobre qual ID de assinatura deve ser utilizada. A dúvida se deve ao fato de não termos recebido manual de marca e de haver divergência na aplicação das logomarcas tanto do Senac quanto do Sesc em suas redes sociais, na reprodução de peças OFF e, também, no site da Fecomércio. Existem, pois, 4 formas diferentes de aplicação. Sendo assim, apresentamos abaixo a reprodução das 4 formas que identificamos, enumerando de 1 a 4, e solicitamos de V.Sa. a gentileza de nos indicar qual delas deve ser utilizada na assinatura das peças da ideia criativa.

### **Opção 1**





### Opção 2



### Opção 3



### Opção 4



Afirmamos ainda, que temos ciência de que, quando se aplicar ao Sesc, a logo em destaque seria substituída”.

**RESPOSTA: O licitante interessado deverá se utilizar das marcas, conforme Manual de Identidade e logo anexos ao presente esclarecimento.**

#### **ESCLARECIMENTO 02:**

“Item 7.1.b. Credenciamento de representantes. Tratando-se de procurador, a procuração por instrumento público ou particular, da qual constem poderes específicos para formular lances, negociar preços [...] conforme modelo de credenciamento (Anexo III), devendo o instrumento particular possuir firma reconhecida [...] O anexo modelo de credenciamento não seria o de nº VI?”.

**RESPOSTA: Sim. Assiste razão ao interessado. Considerar o Anexo VI.**

#### **ESCLARECIMENTO 03:**

“Item 9.1. A proposta técnica deverá ser apresentada em 03 (três) invólucros distintos, assim destinados:

- Invólucro “1” - Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada).



- Invólucro "2" - Plano de Comunicação Publicitária (via identificada), fechado e rubricado no fecho , com a seguinte identificação:

Invólucro 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via identificada

Razão Social e CNPJ da licitante

Concorrência nº 009/2015

E-mail

Invólucro 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Razão Social e CNPJ da licitante

Concorrência nº 009/2015

E-mail

Podemos considerar que "Concorrência nº 009/2015" foi erro de digitação e substituir por "Concorrência Compartilhada nº 001/2021?".

**RESPOSTA: Sim. Assiste razão ao interessado. Considerar "Concorrência Compartilhada nº 001/2021".**

#### **ESCLARECIMENTO 04:**

"Item 13.1. DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO (Invólucro "5"): as empresas licitantes classificadas no julgamento final das propostas deverão encaminhar os documentos de habilitação, abaixo relacionados, em envelope lacrado, no qual externamente, deverá ser informado o nome da empresa licitante, o número e a data da presente licitação e a inscrição "HABILITAÇÃO".

13.2. Os documentos deverão estar acondicionados no invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Compartilhada nº 001/2021

E-mail

É para vir na capa do envelope nº 5 a data da licitação como consta no item 13.1 ou seguir a descrição do item 13.2, similar aos outros envelopes?".

**RESPOSTA: Seguir a identificação constante do item 13.2 do instrumento convocatório.**

#### **ESCLARECIMENTO 05:**

“Item 11. Os envelopes lacrados contendo a PROPOSTA TÉCNICA (Invólucros “1”, “2” e “3”) e a PROPOSTA COMERCIAL (Invólucro “4”) serão entregues no dia, hora e local indicados neste Edital, quando serão abertos [...] O invólucro nº 1 (não identificado) deverá ser apresentado lacrado? Ou será apresentado sem lacre, como de costume em concorrências similares, e lacrado após verificação pela mesa? E caso seja lacrado, como deverá ser o lacre? Para que todos se utilizem da mesma forma e não seja possível a identificação das licitantes”.

**RESPOSTA: Assiste razão ao interessado. O Invólucro nº 1 será apresentado contendo o Plano de Comunicação Publicitária, e apócrifo, sem lacre e sem rubrica, sem qualquer identificação do proponente, inclusive marca, sinal, etiqueta ou outro elemento, ou danificado/deformado pelas peças nele contidos, que, por si só, identifiquem o licitante.**

#### **ESCLARECIMENTO 06:**

“Item 9.4.3. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes da Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

d) ser apresentados em papel A3 dobrado.

Item 9.7 QUESITO 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações relativas aos subquesitos que constituem esse quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequenciamento [...]

Item 9.9 QUESITO 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem esse quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3, numerado sequencialmente [...]

Item 9.12.3. É facultada a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

b) as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 9.11 em papel A4 ou A3 dobrado, [...]

Caso a licitante utilize folhas de A3, na Capacidade de Atendimento, Repertório e/ou peças dos Cases, a numeração deverá seguir a de 2 páginas A4, ou poderemos consideraremos cada A3 como uma página?”.

**RESPOSTA: Cada A3 deverá ser considerada como duas páginas.**

#### **ESCLARECIMENTO 07:**

"Item 9.5.4.3 Relativo a estratégia de Mídia, simulação:

b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabela de preços;

Podemos considerar a tabela de preços de empresas de mídia programática para programarmos redes sociais e plataformas cuja compra direta seria através de leilão?"

**RESPOSTA: É possível, sem prejuízos ao processo, apresentar tabela de empresas de mídia programática para simulação do planejamento da verba de redes sociais.**

#### **ESCLARECIMENTO 08:**

"Item 9.12 Relativo aos Relatos

9.12.1. A validação de que trata a alínea "d" do subitem anterior, deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 9.12. [...]

A validação dos relatos serão feitas apenas nesses documentos apartados, sem a necessidade de rubricas nas demais páginas dos mesmos?"

**RESPOSTA: Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes, constando, além do ateste, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu telefone e e-mail de contato, seu cargo/função e sua assinatura, podendo ser rubricado pelo licitante interessado. Havendo dúvida quanto a autenticidade do documento, à Comissão de Licitação é facultada a realização de diligência (item 25.4 do Edital).**

#### **ESCLARECIMENTO 09:**

"Anexo I - Briefing

Item 6 - PERÍODO: dois meses (junho e julho).

Os meses a considerar para o exercício simulado, junho e julho, seriam em 2022, tendo em vista que já passamos deste período no ano vigente?"

**RESPOSTA: Considerar o período de dois meses, sendo outubro e novembro.**

#### **ESCLARECIMENTO 10:**

"Solicitamos as assinaturas do SESC e SENAC e suas formas de uso, tanto individual como em conjunto para as peças da ideia criativa, visto que o manual



encontrado no site do Senac está desatualizado, e não encontramos no site do SESC”.

**RESPOSTA: O licitante interessado deverá se utilizar das marcas, conforme Manual de Identidade e logo anexos ao presente esclarecimento.**

#### **ESCLARECIMENTO 11:**

“Vimos através deste solicitar que esta Comissão reavalie o item 10.4, alínea “a” que trata da proposta comercial, especificamente “Desconto a ser concedido à anunciante sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante. Buscando o equilíbrio e a exequibilidade dos serviços, os últimos certames têm praticado um percentual mínimo e máximo para os descontos a serem concedidos pelas licitantes quanto aos seus custos internos. Isso porque a FENAPRO – Federação Nacional das Agências de Propaganda de Propaganda – tem atuado de forma implacável suspendendo licitações através de ações judiciais e/ou pedindo reparação deste item, uma vez que algumas propostas de preço estavam inviabilizando a prática da nossa atividade. Em razão do peso da proposta de preço ser relevante e poder reverter o resultado da licitação, algumas agências sem estrutura e sem qualidade, estavam oferecendo descontos inviáveis e até inexequíveis. A prática e recomendação dos descontos estipulados nas últimas concorrências do RN (Sistema FIERN, Câmara Municipal de Natal e Governo do RN) variam entre 10% (como percentual mínimo de desconto) e 60% (como percentual máximo de desconto permitido)”.

**RESPOSTA: Analisando a situação apresentada pela licitante, as Áreas Técnicas de ambas as Entidades averiguaram tais colocações, de modo a verificar a plausibilidade no estabelecimento de percentuais mínimos e máximos. Para tanto, realizaram consulta técnica ao Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Norte – SINAPRO RN e à Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO. No que tange ao referido assunto, até a presente data, a FENAPRO respondeu o que se segue:**

**“A valoração dos quesitos que integram a Proposta de Preços, em todas as licitações, oferece dificuldade no que se refere ao ‘desconto sobre os custos internos’ tendo como base, neste caso, a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Norte. A referida dificuldade advém dos seguintes fatores:**

**1. Não há parâmetros legais ou éticos sobre a concessão de desconto sobre custos internos, porque eles são regionais. Os custos variam de estado para estado. 2. O desconto sobre custos internos é composto levando em consideração o todo das exigências financeiras feitas no Edital. Se os percentuais máximos para honorários incidentes sobre serviços de terceiros (alíneas “b” e “c” do item 10.4 do Edital) permitem uma remuneração média melhor para a licitante que for contratada, o desconto máximo pode atingir um patamar mais alto, porém jamais ultrapassando um nível razoável proporcional aos esforços dispendidos pela contratada”. Aduziu, ainda, que o estabelecimento de parâmetros é saudável porque permite à licitante adequar seu preço aos serviços a serem prestados, sem perder de vista o global da oferta e permite às Entidades afastar do pleito licitatório propostas inexequíveis, pois os limites estabelecidos já fixam o valor que as Entidades pretendem pagar, sem induzir as licitantes a fazerem ofertas infactíveis, que acabam por inviabilizar o cumprimento do contrato com a qualidade desejada, assegurando uma concorrência leal. Por fim, a FENAPRO esclareceu que fixação de parâmetros tem sido adotada com muita eficácia, em expressivo número de licitações, pugnando pelo mesmo, na certeza de se estabelecer um justo equilíbrio entre as partes. Complementou que consideradas as necessidades das Instituições, os percentuais mínimos e máximos podem se louvar em parâmetros estabelecidos por outros entes do Estado do Rio Grande do Norte.**

**Consultando editais de mesmo objeto, no âmbito do Estado do Rio Grande do Norte, verificamos o estabelecimento de percentuais mínimo e máximo, com vistas a expungir propostas inexequíveis, vez que se concedido percentual de desconto de 100%, a licitante estará, por exemplo, abrindo mão, integralmente, de seus honorários de custos internos, indistintamente para quaisquer serviços, que gerem ou não veiculação e, por consequência, a nota máxima a ser obtida na Proposta de Preços será dada àquela licitante que praticar preço manifestamente inexequível. Assim, temos:**

<b>Órgão</b>	<b>Modalidade</b>	<b>Tipo</b>	<b>Percentual %</b>
Câmara Municipal do Natal	Concorrência	Técnica e Preço	Mínimo de 5% e máximo de 20%
SEBRAE RN	Concorrência	Técnica e Preço	Conforme SINAPRO



Governo do Estado do RN	Concorrência	Técnica e Preço	Mínimo de 20% e máximo de 60%
Prefeitura Municipal do Natal	Concorrência	Técnica e Preço	Mínimo 10%
FIERN	Concorrência	Técnica e Preço	Mínimo 50% Máximo 70%
EMPROTUR	Concorrência	Técnica e Preço	Mínimo 20% Máximo 60%
POTIGÁS	Concorrência	Técnica e Preço	Mínimo 20% Máximo 50%
Prefeitura Municipal de São Gonçalo do Amarante	Concorrência	Técnica e Preço	Mínimo de 5% Máximo de 20%

**Realizando uma média ponderada dos percentuais mínimo e máximo, chegamos a uma percentagem entre 18% e 55%, respectivamente.**

**Dessa forma, buscando assegurar a seleção da proposta mais vantajosa e a sua respectiva exequibilidade, sem macular o princípio da economicidade do certame, com base na pesquisa realizada, as Entidades promoverão Errata ao Edital para fazer constar os limites de percentuais mínimo e máximo para os custos internos.**

Por fim, a Comissão Especial de Licitação considera que as alterações no Edital, no campo das exigências, alteram a formulação das propostas pelos licitantes, de modo que a data de abertura da licitação será reaprazada para a data de **15/09/2021, às 09h.**

Encaminhamos a todos os interessados que solicitaram o Edital e disponibilizamos no site, a fim de que sejam esclarecidas possíveis dúvidas de outros interessados.

Natal, RN, 27 de agosto de 2021.

Tháisa Cabral Albuquerque

**Comissão de Licitação do Senac Rio Grande do Norte**