ESCLARECIMENTO 2

Prezados Senhores,

vem solicitar os seguintes esclarecimentos:

1) Item III, subitem 1 do Edital: Informa que a CPL “receberá os envelopes com a documentação para habilitação e com as Propostas Técnica e de Preços” (...).

Pergunta: Uma vez que o art. 6º da Lei 12232/2010 prevê que, conforme o art.40 da Lei 8.666/1993, nas licitações de publicidade “I – Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas”, deve-se entender que onde se lê “habilitação”, leia-se “credenciamento”?

2) Item VII, subitem letra “b” 3.1.4 do Edital: Diz que “cada peça ou material impresso poderá trazer indicação sucinta”.

Pergunta: “Poderá” ou “deverá”? Porque se 1 licitante faz a indicação e 2 ou 3 outras não o fazem (ou o inverso), isso não pode configurar identificação da Via Não Identificada?

3) Item VIII, subitem 1.1 do Edital: Menciona que os itens sujeitos à valoração são os custos internos e honorários sobre produção de terceiros de peças que não proporcionem desconto de agência. O item XI, subitem 14 do Edital; o Anexo II - Minuta de Contrato, cláusula quarta, alínea IX; e Anexo III – Proposta de Preços ratificam a informação.

O item XV, subitem 5.2 do Edital menciona o pagamento de honorários, porém sem restringir à produção de peças de não mídia. Porém, o subitem 6 informa que “não incidirão honorários sobre os serviços (...) que sejam veiculados e, portanto, contemplados com o desconto de agência”.

Com relação a honorários, as Normas Padrão da Atividade Publicitária, do Cenp, dispõem, no item 3.6.1: “Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a Fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Anunciante. O Cliente deverá pagar à Agência ‘honorários’ de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer Fornecedores”.

Pergunta: Deve-se entender que não há remuneração no caso de produção de peças de mídia (ou seja, produção de peças que proporcionem desconto de agência)?

4) Item XV, subitem 2.1 do Edital: Informa que “o pagamento à Contratada corresponderá ao valor da parte que lhe cabe diretamente, ou seja, a Contratada receberá diretamente somente os custos internos (...), honorários (...) e desconto padrão de agência (...)”. E o subitem 2.2, estipula que o pagamento às Subcontratadas [entendido aqui como Fornecedores ou Terceiros] corresponderá ao valor dos serviços e/ou produtos por ela(s) fornecidos, e no caso de mídia, veiculados”.

Anexo II – Minuta do Contrato, Cláusula Quarta, item 4.2, parágrafo primeiro: Ratifica o exposto acima.

Pergunta: Diferentemente do praticado nos contratos de publicidade, com relação aos processos de faturamento de serviços de produção de terceiros / fornecedores) e de de veiculação de mídia, os faturamentos serão encaminhados em notas fiscais separadas e a Prefeitura fará o pagamento diretamente aos fornecedores, aos veículos e à agência de publicidade?

A título de ilustração, respondendo a uma consulta do TSE sobre este assunto, ou seja, faturamento dos serviços complementares de publicidade, o Tribunal de Contas da União publicou esclarecimento em 07/04/2022, que pode ser acessado no link: <https://portal.tcu.gov.br/imprensa/noticias/tcu-esclarece-como-deve-ser-o-pagamento-por-servicos-especializados-de-publicidade.htm>

5) Item XX do Edital: Ao mencionar o Anexo VII, se refere como “Tabela Sinapro/RJ 2020”.

Pergunta: Como em 2020 não houve atualização da tabela anterior (de março de 2019), deve-se considerar a Tabela Sinapro/RJ de 14 de outubro de 2021?

6) Anexo I – Briefing: Ao tratar da campanha simulada, há divergência quanto ao período de duração. No item VII (Desafio da Comunicação), subitem 5, diz que a campanha será veiculada “60 dias inicialmente”; e mais à frente, no mesmo subitem 5, explica que “os candidatos deverão definir de forma contínua o período de veiculação dos seus até 60 dias” [grifo nosso]. No item IX (Diretrizes Gerais), fala em “planejamento de mídia para um bimestre” e informa que deve ser escolhido “quais serão estes 60 dias contínuos”. No item X (Recursos), menciona que a campanha simulada terá “duração de 90 dias”.

Pergunta: Deve-se entender que houve falha gráfica e que as licitantes devem considerar que a veiculação da campanha simulada é de 60 (sessenta) dias contínuos?

7) Anexo I – Briefing, item X (Recursos): Informa que a verba de R\$ 500.000,00 “inclui todos os custos de veiculação, mídia, produção e/ou no media”; mais à frente, complementa que também devem ser incluídos os honorários e a comissão de agência (nos limites máximos de remuneração previstos pelo Cenp, ou seja 15% e 20% respectivamente), e também os custos internos (“pela tabela cheia do Sinapro/RJ”), além dos custos de produção (os praticados pelo mercado).

Pergunta:

a) Na informação inicial, o texto “produção e/ou no media”, deve ser entendido como produção de peças de mídia (que proporcionam desconto de agência) e produção de peças de não mídia (que não proporcionam desconto de agência)?

b) A verba deve cobrir os 60 dias contínuos da campanha, incluindo todos os custos envolvidos, para criação, produção, veiculação e distribuição, honorários de agência e desconto de agência de todas as peças (corporificadas e não corporificadas) da campanha, dentro dos critérios abaixo definidos?

- Custos internos ->tabela cheia Sinapro/RJ
- Custos de produção de peças de mídia e não mídia ->praticados pelo mercado
- Honorários ->15% sobre os custos de produção de peças de mídia e não mídia
- Custos de veiculação ->tabelas cheias dos veículos vigentes na entrega das propostas
- Desconto padrão de agência ->20% sobre os custos de veiculação

8) Anexo II – Minuta de Contrato, cabeçalho: e Anexo III – Proposta de Preços, item Objeto: Informam que trata-se de “Contrato de Prestação de Serviços de Publicidade e Propaganda, Planejamento de Comunicação e Marketing”, diferentemente do objeto mencionado em várias outras parte do Edital desta CP 005/2021. A Cláusula Primeira, do Contrato (Objeto) também utiliza o termo “Planejamento de Comunicação e Marketing”.

Pergunta: Deve-se entender que houve falha gráfica, uma vez que está em desacordo com o determinado no item I- Objeto, do Edital, que segue o disposto na Lei 12232/2010?

9) **Anexo II – Minuta de Contrato, Cláusula Quarta, item 4.2, parágrafo primeiro:** Ao tratar do pagamento do desconto padrão de agência, menciona que seu “valor corresponde ao desconto concedido pelos veículos de mídia ao anunciante/contratante, a título de remunerar a agência de publicidade e propaganda pela criação/produção de conteúdo e intermediação”, conforme as NPAP do Cenp. Que, no caso, definem:

“1.11 Desconto-Padrão de Agência ou simplesmente Desconto Padrão: é a remuneração da Agência de Publicidade pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes”.

Pergunta: Deve-se entender que ocorreu falha gráfica ao se creditar ao anunciante – e não às agências de publicidade – a concessão do desconto padrão pelos veículos de mídia?

10) **Item VIII do Edital – Da Proposta de Preços, item 1.2.6 e Anexo III – Proposta de Preços, item 2:** Informam que a licitante deve declarar que reverterá à Prefeitura de Teresópolis parte do desconto padrão de agência a que fizer jus, caso o valor da verba atinja os parâmetros apresentados no Anexo “B” do Cenp.

Normas-Padrão da Atividade Publicitária		CENP
ANEXO “B”		
SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS		
Instituído pelo item 6.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária		
INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA	PERCENTUAL NEGOCIÁVEL DO DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA A SER APLICADO SOBRE O INVESTIMENTO BRUTO DO ANUNCIANTE	
Até R\$ 2.500.000,00.	Nihil.	
De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00.	Até 2% (dois por cento) do investimento bruto	
De 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.	

Pergunta: Uma vez que a verba estimada do contrato é R\$ 1.500.000,00 (hum milhão e quinhentos mil reais), abaixo, portanto, da primeira faixa do Sistema Progressivo de Serviços / Benefícios do referido Anexo “B”, mesmo assim as licitantes deverão mantê-lo na Proposta?

11) **Anexo VII – Tabela Sinapro/RJ 2020:** Ao acessar o link https://teresopolis.rj.gov.br/wp-content/uploads/2021/12/Tabela-SINAPRO-RJ_2019-compactado.pdf somos direcionados à tabela Sinapro/RJ de março de 2019; porém esta tabela foi substituída por outra em 14 de outubro de 2021 (http://www.sinapro-rj.com.br/sites/default/files/attachments/lista_de_custos_sinapro_rj_-_2021_-_digital.pdf).

Pergunta: Para fins de apresentação dos custos internos da campanha simulada (solicitada no briefing) e, posteriormente, para fins de execução do contrato, deve ser considerada a tabela Sinapro/RJ 2019 ou a tabela de 2021?

RESPOSTAS

1) O item III, subitem 1 do certame se refere à forma e local de entrega dos envelopes de forma genérica, o detalhamento e ordem de entrega dos envelopes está descrito no item X do edital.

2) Trata-se de uma recomendação para facilitar a identificação e não compromete a avaliação pois todos os formatos tratados no Briefing são distintos e possuem características próprias, e de notório conhecimento de todos os componentes que farão avaliação.

3) Não.

4) Deverá a agencia de publicidade faturar e consolidar as notas fiscais, devendo apresentar o detalhamento de todos os honorários, comissões e serviços e realizar o repasse aos subcontratados ou terceiros acompanhar publicação de errata.

Link enviado no Pedido de esclarecimento:
[https://portal.tcu.gov.br/imprensa/noticias/tcu-esclarece-como-deve-ser-o-pagamento-por-servicos-especializados-de-publicidade.htm#:~:text=p%C3%BAblico%20\(contractante\).-,Nessa%20hip%C3%B3tese%2C%20devem%20ser%20discriminados%20seus%20honor%C3%A1rios%20e%20comiss%C3%B5es%20al%C3%A9m,dir etamente%20%C3%A0%20ag%C3%Aancia%20de%20publicidade.](https://portal.tcu.gov.br/imprensa/noticias/tcu-esclarece-como-deve-ser-o-pagamento-por-servicos-especializados-de-publicidade.htm#:~:text=p%C3%BAblico%20(contractante).-,Nessa%20hip%C3%B3tese%2C%20devem%20ser%20discriminados%20seus%20honor%C3%A1rios%20e%20comiss%C3%B5es%20al%C3%A9m,dir etamente%20%C3%A0%20ag%C3%Aancia%20de%20publicidade.)

Link com defesa: <https://meloeandrada.adv.br/2021/11/19/tce-sc-orienta-como-deve-ser-feito-o-faturamento-por-agencias-de-publicidade-quanto-a-subcontratacao-de-servicos-de-veiculacao-e-os-demais-servicos-especializados/>

5) A Tabela referência deste edital é a Tabela 2019, que foi utilizada também em 2020.

6) Onde consta 90 dias, leia-se 60 dias. Errata publicada em Diário Oficial Eletrônico no dia 14/04/2022.

7) a) "Produção" entende-se neste caso como materiais audiovisuais, por exemplo. Já o "No media" entende-se como produção de peças não mídia. O próprio texto fala "e/ou" para não deixar dúvidas. Vale reforçar o item 6.1 do Edital: "Não incidirão honorários sobre os serviços e suprimentos externos contratados, que sejam veiculados e, portanto, contemplados com o "desconto de agência".

b) Para campanha simulada deve ser levado em consideração os critérios definidos no "No ANEXO I - Briefing, X. RECURSOS" onde se lê "Tal valor inclui todos os custos de veiculação, mídia, produção e/ou no media que venham a ser propostos. Os valores usados na distribuição de mídia neste exercício simulado, para todos os veículos de comunicação, serão os de suas respectivas tabelas de preço, sem percentuais de desconto. Para os valores de honorários e comissão de veiculação, a licitante aplicará os limites máximos de remuneração previstos nas regras do Conselho Executivo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária (CENP). Para os custos internos, deve-se utilizar a tabela cheia do SINAPRO/RJ – Sindicato das Agências de Publicidade do Estado do Rio de Janeiro. E para os custos de produção (serviços técnicos de terceiros), devem ser utilizados os preços praticados pelo mercado."

8) Deve ser levado em consideração "Contrato de Serviços de Publicidade e Propaganda".

9) Neste caso, o importante é que o texto informa que o Desconto-Padrão será utilizado para remuneração da agência.

10) Este item não deve ser considerado pois a verba não atingirá um valor superior a R\$2.500.000,00. O valor previsto neste edital é de R\$ 1.500.000,00.

11) A Tabela de referência deste edital é a de 2019.

Permanecemos à disposição.

Vinicius Oberg

Secretário de Ciência de Tecnologia

Douglas Magno Amancio de Oliveira
Presidente da Comissão de Licitação