

MPBA - CONCORRÊNCIA Nº 03/2022 - PEDIDO DE ESCLARECIMENTO 02

Renata Monteiro <renata@slapropaganda.com.br>

Qua, 14/09/2022 11:35

Para: licitacao <licitacao@mpba.mp.br>

Cc: Daniella Navarro <daniella@slapropaganda.com.br>

Prezada Comissão Permanente de Licitação, bom dia!

Sabemos que o prazo de pedido de esclarecimento encerrou, mas em função da resposta fornecida ao questionamento da Empresa Única, publicado no portal após o dia 09.09 onde é informado que deve-se considerar os custos internos de criação, conforme reprodução abaixo:

QUESTIONAMENTO: No item 12 - Verba Referencial, do Apenso II - Briefing, diz: No cálculo da alocação dos valores para a criação, produção e veiculação da campanha de que trata este briefing, o valor referencial é de R\$300.000,00 (trezentos mil reais). Pergunta: Então os custos internos de criação devem ser considerados na tabela que consistirá o investimento de R\$ 300.000,00? Se for, deve ser adotado o preço cheio da Tabela Sinapro, ano 2022?

RESPOSTA: Sim, os custos internos de criação devem constar na tabela, cujo valor referencial é de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais), conforme item 12 do Apenso III (briefing), contido no Termo de Referência. Os preços cheios adotados devem seguir a Tabela Sinapro em vigor

Gostaríamos de informar que tal esclarecimento contradiz veementemente o item do edital 2.1.2.2.4.3 Na simulação, os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia (sem descontos ou negociação), vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação; desconsiderando-se o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, bem como os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores. (Grifo nosso)

Pergunta-se:

Devemos seguir a orientação inicial do Edital conforme consta no item 2.1.2.2.4.3, desconsiderando, dentre outros listados, os CUSTOS INTERNOS ou devemos seguir a Resposta de Esclarecimento ao questionamento da Empresa única onde consta que os CUSTOS INTERNOS devem ser CONSIDERADOS?

Ressaltamos que esta alteração de orientação na composição dos custos finais da proposta técnica, além de se afastar do usual nas apresentações das Propostas Técnicas de processos licitatórios de Agência de Publicidade, impacta, sobremaneira, em reformulação de TODA a estratégia que foi pensada ao longo dos mais de 30 dias de trabalho desde a publicação do referido EDITAL.

Agradecemos antecipadamente.



Aviso Legal: Esta mensagem eletrônica pode conter informações privilegiadas e/ou confidenciais. Assim, fica o seu receptor, desde já, expressamente notificado de que qualquer disseminação, distribuição, ou mesmo a efetivação de cópia não autorizada deste e-mail, é expressamente proibida. Se você (destinatário da mensagem) entende que recebeu esta mensagem indevidamente, ou, mesmo por engano, por favor, informe este fato ao seu remetente, e apague-a imediatamente de seu computador. Outrossim, as opiniões e/ou informações expressadas neste e-mail pertencem unicamente ao seu remetente e, não necessariamente, coincidem com aquelas refletidas, expedidas e/ou determinadas pela SLA PROPAGANDA LTDA.