



Conselho Federal de Química
Plenário
Presidência
Gerência Executiva
Gerência Administrativo-Financeira
Coordenação de Compras, Licitações e Contratos

CONSULTA

PROCESSO Nº 2800.00.00504.2023

Ref.: CONCORRÊNCIA Nº 03/2023 – CFQ - ESCLARECIMENTOS 2

PERGUNTA 1: Devido a campanha ser Nacional, qual a tabela de Criação a ser considerada? Favor disponibilizar a mesma, haja vista que, não temos acesso a Tabela, a não ser a de Minas Gerais.

RESPOSTA 1: A tabela de referência é do SINAPRO-DF.

PERGUNTA 2: Conforme esclarecimento enviado anteriormente, devemos contemplar no Planejamento de Mídia o valor da verba secundária? Ou, faremos um novo planejamento de Mídia somente para a verba secundária?

RESPOSTA 2: O planejamento é único. Deve contemplar a campanha principal e as outras 3 Always On, conforme detalhado no briefing.

PERGUNTA 3: Podemos utilizar mídia digital sem tabela?

RESPOSTA 3: Pode reformular melhor a pergunta, explicando o que seria uma mídia digital "sem tabela"?

PERGUNTA 4: O Conselho possui recursos próprios, por exemplo, jornal institucional, rádio do Conselho, revista, se sim, quais são?

RESPOSTA 4: O CFQ possui agência de comunicação corporativa que produz textos, cartilhas, vídeos, podcasts, newsletters; todos conteúdos disponíveis de forma pública. Os itens mencionados na pergunta não são trabalhados atualmente.

PERGUNTA 5: Prezados, estamos com muitas dúvidas sobre o planejamento secundário. Na resposta vocês falam que precisa está contemplado na campanha principal, só que essa informação é diferente da que está no edital... no edital está previsto que "o formato Always On é ao longo da execução anual, que não devem fazer parte da apresentação por licitantes". Outra coisa é, no edital e prevê que essa campanha é ANUAL, mas no primeiro questionamento respondido fala que o planejamento é para 1 mês, conforme se pode ver abaixo:

2 - Conforme esclarecimento enviado anteriormente, devemos contemplar no Planejamento de Mídia o valor da verba secundária? Ou, faremos um novo planejamento de Mídia somente para a verba secundária?

Resposta: O planejamento é único. Deve contemplar a campanha principal e as outras 3 Always On, conforme detalhado no briefing.

PERGUNTA 6: Outro fato que está muito confuso: a campanha secundária Always On, precisa estar ou não no planejamento principal de mídia e não mídia já que no edital está previsto que não, mas no questionamento eles falam que sim, dando a entender então que a verba total seria a 1.910M.

7.2.5 CAMPANHAS SECUNDÁRIAS

Além da campanha principal, terão 3 campanhas digitais secundárias no formato Always On, com o foco a ser estabelecido em momentos oportunos ao longo da execução anual, que não devem fazer parte da apresentação por dos licitantes.

PERGUNTA 7: Outra questão é sobre o período, se precisa contemplar a campanha secundária Always On o período do planejamento deveria ser de 1 ano igual está no edital? Ou será de 1 mês igual eles informaram no questionamento??

PERGUNTA 8: E se tiver as campanhas do Always On, precisamos saber qual o conteúdo dessas campanhas.

PERGUNTA 9: Vai ser o mesmo da campanha principal? Precisamos sugerir isso também ou não?

PERGUNTA 10: Ainda, solicitamos que nos seja enviada a Tabela de Custos do SINAPRO do DF, haja vista, que, não temos acesso a mesma por sermos cadastrados em Minas Gerais, conforme solicitamos anteriormente.

RESPOSTAS 5, 6, 7, 8, 9 e 10: Desconsidere as respostas anteriores que geraram divergências. Siga exatamente o que está posto no briefing que se encontra no termo de referência localizado no site do CFQ. Para facilitar, seguem os itens de referência às perguntas.

7.2.3 PERÍODO A critério das licitantes, a partir da estratégia definida no planejamento.

7.2.4 VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO - CAMPANHA PRINCIPAL. Para efeito de apresentação do exercício criativo para a campanha principal, as licitantes devem considerar uma verba de R \$1.000.000,00 (um milhão de reais) para mídia e produção.

7.2.5 CAMPANHAS SECUNDÁRIAS Além da campanha principal, terão 3 campanhas digitais secundárias no formato Always On, com o foco a ser estabelecido em momentos oportunos ao longo da execução anual, que não devem fazer parte da apresentação por dos licitantes.

Sobre a tabela de custos, sugerimos que solicitem a tabela do DF diretamente ao SINAPRO em que a Agência seja associada. Abaixo, segue link do site do SINAPRO DF que trata sobre sua tabela de custos: <https://sinaprodf.com.br/2022/10/nova-tabela-de-valores-referenciais-de-custos-internos-2022-2023-do-sinapro-df/>

PERGUNTA 11: Sobre a Tabela, o SINAPRO não nos envia, sob a alegação de que não somos cadastrados.

RESPOSTA 11: A tabela SINAPRO é um material destinado às agências de publicidade e fornecida àquelas associadas ao sindicato. A tabela não pode ser compartilhada. Há como adquiri-la.

Segue novamente link com as informações sobre a tabela SINAPRO DF:

<https://sinaprodf.com.br/2022/10/nova-tabela-de-valores-referenciais-de-custos-internos-2022-2023-do-sinapro-df/>

PERGUNTA 12: II - A alínea a) do anexo 3, do Termo de Referência, diz: a. Desconto a ser concedido ao Conselho Federal de Química sobre a contratação de mídia com a intermediação da agência, quando o veículo não remunerar a agência pelo desconto padrão de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65.

...

Lei nº 4.680 de 18 de Junho de 1965, dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda e dá outras providências.

Art. 11. A comissão, que constitui a remuneração dos Agenciadores de Propaganda, bem como o desconto devido às Agências de Propaganda serão fixados pelos veículos de divulgação sobre os preços estabelecidos em tabela.

Parágrafo único. Não será concedida nenhuma comissão ou desconto sobre a propaganda encaminhada diretamente aos veículos de divulgação por qualquer pessoa física ou jurídica que não se enquadre na classificação de Agenciador de Propaganda ou Agências de Propaganda, como definidos na presente Lei.

...

O item 14.3. do Termo de Referência diz:

Os quesitos a serem valorados são os integrantes da planilha que constitui o Anexo III (Modelo de Proposta de Preço), ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, não será aceito: a) Desconto inferior a 16,40% (dezesseis, quarenta por cento) de honorários incidentes sobre a contratação de mídia com intermediação da agência, quando o veículo não remunerar a agência pelo desconto padrão de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65.

Com base no exposto, perguntamos: 1 - Esse desconto será dado a partir de que base? A exemplo da alínea b) do mesmo item, o desconto será oferecido a partir da Tabela do Sindicato das Agências de Publicidade do Distrito Federal. E no caso da alínea a) do item em referência?

RESPOSTA 12: As transações com os veículos de comunicação serão realizadas pela agência vencedora da licitação, havendo remuneração conforme detalhado nas cláusulas oitava (remuneração) e nona (desconto de agência) da minuta do contrato.

PERGUNTA 13: Que tipo de intermediação a agência poderia fazer com os veículos de comunicação sem que os veículos a remunere?

RESPOSTA 13: Há veículos/serviços de comunicação que não ofertam desconto de agência.

PERGUNTA 14: II - O item 16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

16.1 O julgamento final das propostas técnica e de preço desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo Melhor Técnica e Melhor Preço, nos termos dos itens 12 e 14 deste TR.

16.2. Serão vencedoras do julgamento final das propostas as licitantes que tenham sido melhor classificadas no julgamento da proposta técnica – observado o disposto no subitem 12.5 deste TR e que tiver apresentado a proposta de menor preço de acordo com o subitem 14.6.4 deste Edital.

16.3. Se a licitante melhor classificada na proposta técnica não tiver apresentado a proposta de menor preço e não concordar em praticá-lo, a Comissão Especial de Licitação efetuará com as demais licitantes a negociação prevista no art. 46, § 1º, II, da Lei nº 8.666/1993, nos termos da

proposta de menor preço, obedecida a ordem de classificação das propostas técnicas, até a obtenção do número de agências estipulado para esta concorrência.

16.4. A licitante que não concordar em praticar os preços da proposta de menor preço perderá o direito de contratar os serviços com o CFQ, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

Sendo uma concorrência com a modalidade de Técnica e Preço, essa negociação será de fato possível? Essa confirmação é necessária para que as licitantes possam determinar os percentuais de descontos e de honorários para as suas propostas.

RESPOSTA 14: É cabível promover negociação mesmo nas licitações de melhor técnica e de técnica e preço, haja vista que a própria norma já prevê a hipótese de negociação, conforme o inciso II do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666/1993.

PERGUNTA 15: Sobre a Capacidade de Atendimento

11.8.1.2 11.5 Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, em fonte Arial, tamanho 12, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Os documentos referentes à Capacidade de Atendimento não possuem limitação relativa ao número de páginas e, obviamente, são identificados pois descrevem características da agência.

Neste caso, a obrigatoriedade do uso da fonte Arial 12 parece ser uma mera formalidade. Diante disso, pergunto: Desde que preservada a boa legibilidade das informações, as licitantes poderão utilizar outras fontes para a Capacidade de Atendimento?

RESPOSTA 15: Como está previsto no edital, sugerimos que mantenha a fonte estabelecida.

PERGUNTA 16: Sobre o Repertório

11.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em PEN DRIVE (será fornecido exclusivamente pelo CFQ. Quantidade: 01; Capacidade: 32GB) executável no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou serem apresentadas soltas.

Acredito que seja um equívoco, pois o CFQ disponibilizou apenas um PEN DRIVE para a licitante e este deve ser utilizado para fornecimento das peças eletrônicas que compõem a Ideia Criativa da proposta apócrifa.

Desta forma, para a entrega das peças referentes ao Repertório e Relatos de Soluções, a licitante deve utilizar um modelo de PEN DRIVE à sua escolha (desde que compatível com sistema operacional Windows). Este entendimento está correto?

RESPOSTA 16: Correto. Esse item do edital foi retificado.

Brasília, 17 de agosto de 2023.

Tatiani Freitas Lôbo

Presidente da Comissão Especial de Licitação do CFQ



Documento assinado eletronicamente por **Tatiani Freitas Lôbo, Coordenador (a)**, em 17/08/2023, às 13:11, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.cfq.org.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0015660** e o código CRC **1F58D4C4**.

Referência: Processo nº 2800.00.00504.2023

SEI nº 0015660

SCS Quadra 09, Edifício Parque Cidade Corporate, Torre B, 9º andar
Brasília/DF, CEP 70.308-200
Telefone: (61) 2099-3300 - www.cfq.org.br