

De: Samuel Kruk | Bebop Comunicação e Marketing
<samuel@bebopcomunicacao.com.br>
Enviado em: quarta-feira, 23 de junho de 2021 13:31
Para: licitacao@coronelvvida.pr.gov.br
Assunto: Re: Dúvidas Tomada de Preço - 03/2021

Pessoal, boa tarde! Tudo bem?

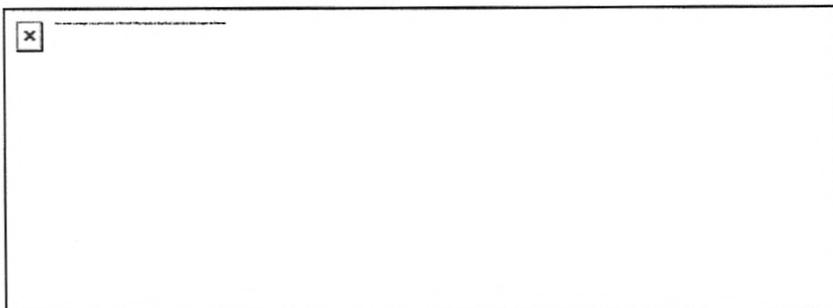
Continuamos ainda na dúvida, visto que é a mesma de outras agências também, sobre como proceder em relação ao plano de mídia para a campanha simulada da Tomada de Preços 03/2021.

Como já dito, dos R\$ 25 mil indicados pelo briefing temos só de custo da agência (custos internos) com criação o montante de pouco mais de R\$ 20 mil. Esses R\$ 4 mil e pouco que sobram desse investimento com criação, praticamente inviabilizam os investimentos em rádio, jornal e produção de panfleto.

Vale lembrar que uma página de jornal em veículos de comunicação da região está variando em torno de R\$ 1,5 mil a inserção, ou seja, em 30 dias de campanha se fizermos duas inserções já praticamente ocuparemos todo o volume restante de investimento, sem falar que ainda temos rádio que está variando de R\$ 30 a R\$ 60 uma inserção de 30" e temos ainda a produção de panfleto, ou seja, não há verba suficiente para investimentos na imprensa e com produção se levarmos em consideração os custos internos com base nos preços da tabela Sinapro.

Uma sugestão seria desconsiderar os custos internos da agência com criação (valores da tabela sinapro) e levar em consideração somente os valores dos meios de comunicação que cada um utilizar em seu plano de mídia (rádio, jornal, panfleto, etc).

Abs



Em seg., 21 de jun. de 2021 às 17:12, <licitacao@coronelvvida.pr.gov.br> escreveu:

Boa tarde

Segue resposta ao pedido de esclarecimento

Resposta 01 - Conforme exposto na solicitação de esclarecimentos, pontuamos que o total do briefing, conforme tabela SINAPRO, é de R\$ 20.262,00 onde o Município disponibiliza um total de R\$ 25.000,00 para realização da campanha, resultando em um ganho aproximado de 21,21%.

Cabe à empresa interessada analisar a possibilidade de participar do processo.

Por fim, a subcomissão julgadora é independente formada através de chamamento público e julgará as propostas técnicas conforme definido no edital da Tomada de Preços nº 03/2021.

Resposta 02 – Não foi identificado a formatação de texto para o plano de comunicação, pois fica a critério da proponente a melhor forma que lhe couber esta apresentação.

Atte.,

Licitação

De: Samuel Kruk | Bebop Comunicação e Marketing <samuel@bebopcomunicacao.com.br>

Enviada em: sexta-feira, 18 de junho de 2021 15:44

Para: licitacao@coronelvivida.pr.gov.br

Assunto: Dúvidas Tomada de Preço - 03/2021

Pessoal, boa tarde!

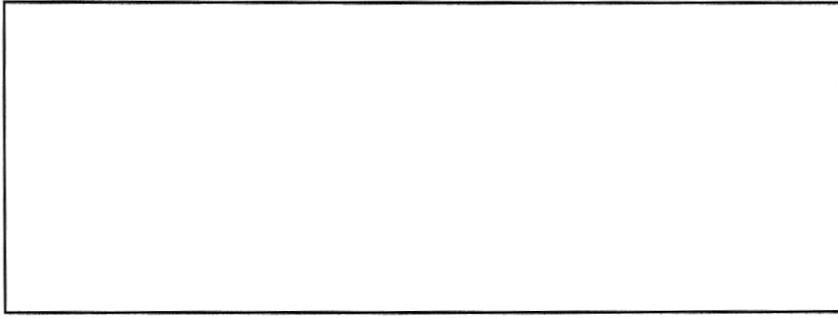
Iremos participar do processo licitatório Tomada de Preços 03.2021, porém, temos uma dúvida quanto ao edital:

1) Os itens 11.4 e 11.5 esclarecem sobre a obrigatoriedade de utilizar os valores de criação da Tabela Sinapro/PR, bem como, que o valor máximo da campanha simulada deve ser de R\$ 25 mil para 30 dias.

Nossa dúvida é: Temos que levar em consideração o valor cheio da tabela Sinapro para as criações? Perguntamos isso pois, como o edital pede 01 anúncio de página inteira para jornal + 1 post para redes sociais + 1 panfleto institucional + 1 spot de rádio 30", somente os valores de tabela cheia com essas criações já compreendem um total de R\$ 20.262,00 dos R\$ 25 mil, o que praticamente impossibilitaria contratar jornal para os 30 dias, quiçá a produção de panfleto e contratação de rádio.

2) Os itens 10.3.1 a 10.3.4, orientam quanto a formatação de texto de cada quesito do plano de comunicação (Raciocínio básico, estratégia de comunicação, ideia criativa e estratégia de mídia), porém, não identificamos no edital como apresentar esses quesitos dentro do envelope 1, se devem ser encadernados em caderno único com algum tipo de capa, espiral ou simplesmente um grampo.

Abs



De: Samuel Kruk | Bebop Comunicação e Marketing
<samuel@bebopcomunicacao.com.br>
Enviado em: quinta-feira, 24 de junho de 2021 08:00
Para: licitacao@coronelviviada.pr.gov.br
Assunto: Tomada de preços 03/2021 - Simulação com valores reais

Pessoal, bom dia!

Mesmo sabendo da proximidade com a sessão de abertura de envelopes e considerando os questionamentos já realizados por nós e outras agências interessadas em participar do certame licitatório e observado que ainda restam algumas dúvidas sobre o valor máximo proposto pelo edital de R\$ 25 mil para a campanha simulada, abaixo apresento uma simulação muito simples que facilitará a compreensão de todos no intuito de retificar esse valor máximo ou talvez retirar a obrigatoriedade de se utilizar valores de custos internos baseados na tabela Sinapro.

Campanha com 30 dias de duração.

- Peças exigidas para a campanha conforme item 10.3.3 do edital, já apresentadas abaixo com os valores de referência da Tabela Sinapro/PR:

CUSTOS DE CRIAÇÃO (INTERNOS) - TABELA SINAPRO PR				
1	Roteiro de rádio 30"	R\$	4.390,00	R\$ 4.390,00
1	Post simples rede social	R\$	3.957,00	R\$ 3.957,00
1	Página de jornal	R\$	5.366,00	R\$ 5.366,00
1	Flyer 15x21 frente e verso	R\$	6.549,00	R\$ 6.549,00
TOTAL COM CRIAÇÃO				R\$ 20.262,00

- Abaixo apresento (valores reais fornecidos pelos meios de comunicação) uma simulação simples, considerando: a) se durante os 30 dias de campanha utilizássemos para divulgação no meio impresso somente o jornal Diário do Sudoeste com apenas 01 única inserção durante o período e b) se durante os 30 dias de campanha utilizássemos somente a Rádio local Vicente Pallotti, com apenas 01 inserção por dia, teríamos o seguinte cenário:

Exemplo de veiculação 30 dias de campanha		
Rádio Vicente Pallotti - 1 inserção dia (total 30 inserções)	R\$ 55,00/inserção	R\$ 1.650,00
Diário do sudoeste - 1 página colorida (total 1 inserção)	R\$ 1554/inserção	R\$ 1.554,00
Total com veiculação		R\$ 3.204,00

- Como o edital pede Spot de rádio e panfleto institucional é necessário levar em consideração os custos de produção dos mesmos (produtora de áudio para o spot e gráfica para os panfletos/flyers), portanto, abaixo uma simulação com valores super baixos praticados no mercado regional e uma quantidade ínfima de flyers produzidos:

PRODUÇÃO				
1	Spot de 30"	R\$	180,00	R\$ 180,00
5000	Flyers frente e verso	R\$	0,32	R\$ 1.600,00
TOTAL COM PRODUÇÃO				R\$ 1.780,00

- Diante do que fora apresentado teríamos o seguinte cenário:

CAMPANHA VISÃO GERAL		
Custos com Produção	R\$ 1.780,00	7,07%
Custos com Criação	R\$ 20.262,00	80,4%
Custos com Veiculação	R\$ 3.149,00	12,5%
CUSTO TOTAL	R\$ 25.191,00	

Nota-se que mesmo se utilizando de quantidades muito pequenas de produção de materiais com valores super baixos praticados na região, e ainda, a veiculação de apenas 01 inserção de spot de 30" por dia em apenas 01 única rádio e 01 única inserção de página em um único jornal impresso da região, fica praticamente impossível, se levarmos em consideração os valores de criação, executar a campanha dentro do máximo estipulado pelo edital que é de R\$ 25 mil. Reiterando que aqui estão sendo utilizados valores e quantidades mínimas que certamente não alcançariam o público alvo da campanha.

Portanto é importante frisar que será muito difícil avaliar qual melhor estratégia de comunicação e de mídia diante de um cenário tão "apertado" quanto a utilização de meios de comunicação.

Novamente agradeço e nos colocamos a disposição.

Abs

