

De: licitacao@coronelvivida.pr.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 24 de junho de 2021 17:00
Para: 'Samuel Kruk | Bebop Comunicação e Marketing'
Assunto: RES: Tomada de preços 03/2021 - Simulação com valores reais

Boa tarde

Segue abaixo resposta ao pedido de esclarecimento

Em resposta ao e-mail enviado em 23 de junho de 2021 as 13:31 e a este enviado em 24 de junho de 2021 as 08:00 temos a seguinte resposta:

Além da tabela SINAPRO, o edital é claro ao afirmar que a participante deverá utilizar de valores de mercado para elaboração da campanha simulada, o que também merece ser observado.

Contudo, a solicitante apenas teceu alguns comentários acerca da tabela SINAPRO, sendo que deixou de instruir suas reivindicações com documentos dando conta dos valores de mercado e/ou orçamentos para comprovar suas alegações.

Ainda, a campanha simulada não tem o condão de analisar valores para avaliar a melhor proposta dos participantes com relação ao quantum estipulado, ao contrário, o objetivo da simulação é justamente atestar se a empresa participante tem condições técnicas e os conhecimentos mínimos necessários para atender as exigências do certame.

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

Atte.,
Licitação

De: Samuel Kruk | Bebop Comunicação e Marketing <samuel@bebopcomunicacao.com.br>
Enviada em: quinta-feira, 24 de junho de 2021 08:00
Para: licitacao@coronelvivida.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

