

## Edital Publicidade

*O que muda?*

25 de Outubro de 2019

## Objetivos da reunião

---

- Apresentar o que muda no edital
- Discutir alguns objetivos do edital

# CONTEÚDO

**1**

**Objeto**

**2**

Formas Inovadoras

**3**

Remuneração de Agência

**4**

Consórcio

**5**

Local de prestação dos serviços/Núcleo de Mídia/Checking

# O objeto é o mesmo: serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda

Lei nº 12.232/2010 admite inclusão como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

Lei

edital



- Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas

- *Ao planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento, relacionados à execução dos contratos*



- À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados

- *À produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos*



- À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias

- *à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias*

# CONTEÚDO

**1**

Objeto

**2**

**Formas Inovadoras**

**3**

Remuneração de Agência

**4**

Consórcio

**5**

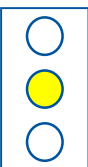
Local de prestação dos serviços/Núcleo de Mídia/Checking

# Formas inovadoras para efeito do edital de publicidade

O inciso III do art. 1º da lei não expressa quais deverão ser as formas inovadoras de comunicação publicitária

Lei

edital



- À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias

- Entende-se por formas inovadoras de comunicação:

- Os serviços vinculados às tecnologias de gestão, análise, monitoramento, avaliação, otimização e impulsionamento das **ações publicitárias**, com a finalidade de **potencializar os efeitos e a visibilidade das mensagens**, bem como o atingimento de objetivos e públicos/usuários, fornecidos por redes, canais, emissoras, plataformas e ferramentas que envolvam sistemáticas automatizadas para esse fim, dentre outros serviços que vierem a surgir
- Os serviços compreendem ainda a produção de **conteúdos publicitários** para os perfis da contratante em redes sociais e a moderação de comentários postados por terceiros, vinculados às **temáticas publicitárias**



- O dispositivo do edital apenas prevê quais são consideradas à princípio, não descartando outras que vierem a surgir

- Ação publicitária independente do meio **on** ou **off-line será tratada pela agência de propaganda contratada**

# CONTEÚDO

**1**

Objeto

**2**

Formas Inovadoras

**3**

**Remuneração de Agência**

**4**

Consórcio

**5**

Local de prestação dos serviços/Núcleo de Mídia/Checking

## Remuneração de Agência

# Nos últimos anos, os editais da SECOM previam remuneração por honorários e não previam a remuneração por custos internos

### Acórdãos do TCU validam o entendimento da Secom

Recomendações TCU

Acórdão  
2158/2018-Plenário  
– determinação ao  
Ministério da Saúde

Acórdão 2158/2018  
- Plenário –  
recomendação à  
SECOM

Detalhamento da proposta Secom  
constante do edital

- *Condicione a prorrogação dos contratos decorrentes da concorrência 2/2016 à exclusão do pagamento de ressarcimento pelo custo dos serviços internos e dos honorários sobre serviços de terceiros, uma vez que não há motivação para sua manutenção à luz dos itens 3.6; 3.6.1; 3.11.2 e 3.12 das Normas Padrão da Atividade Publicitária*

- *9.3.1.2. os custos internos podem ser dispensados conforme as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, sendo sua adoção a exceção, necessariamente precedida de demonstração de que sua supressão inviabiliza a execução dos serviços, considerando os princípios da eficiência e da economicidade na Administração Pública;*

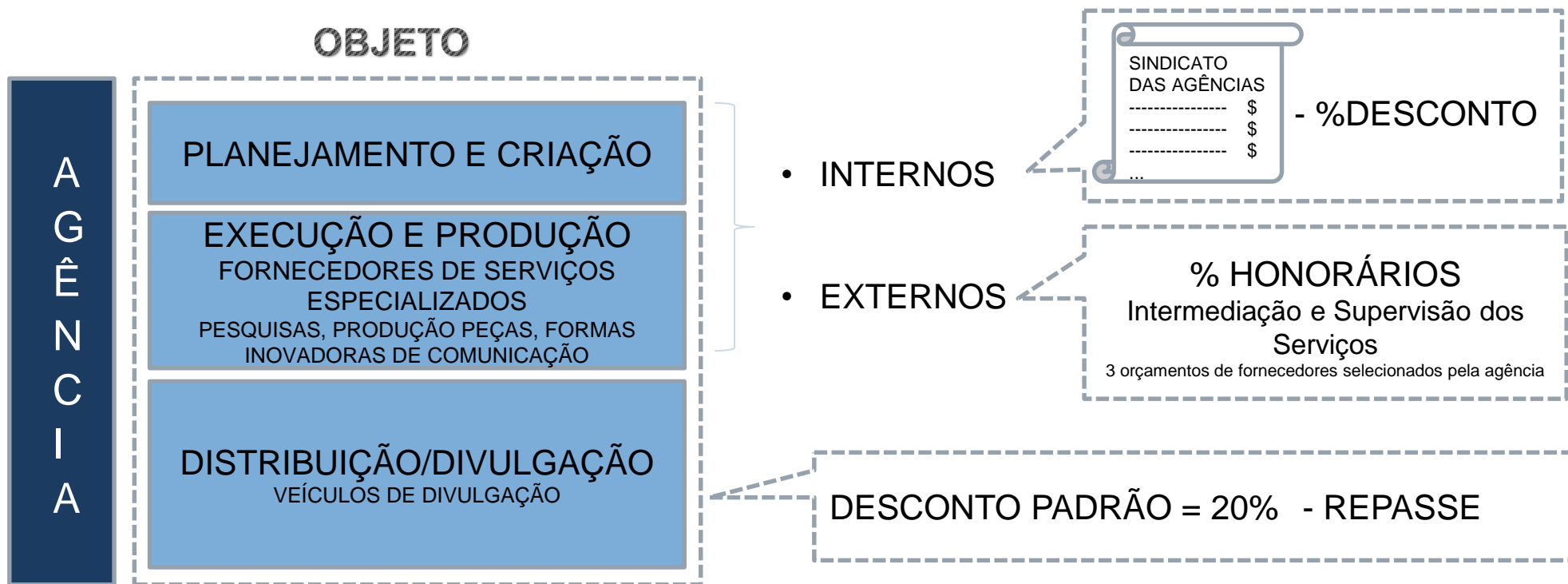
- A contratada não fará jus ao ressarcimento dos custos internos por ela executados

- Proposta de mudança pós contribuições:  
A SECOM propõe ressarcir os custos internos, tendo como referência a tabela do sindicato das agências, para quaisquer serviços especializados que a agência conseguir realizar internamente.



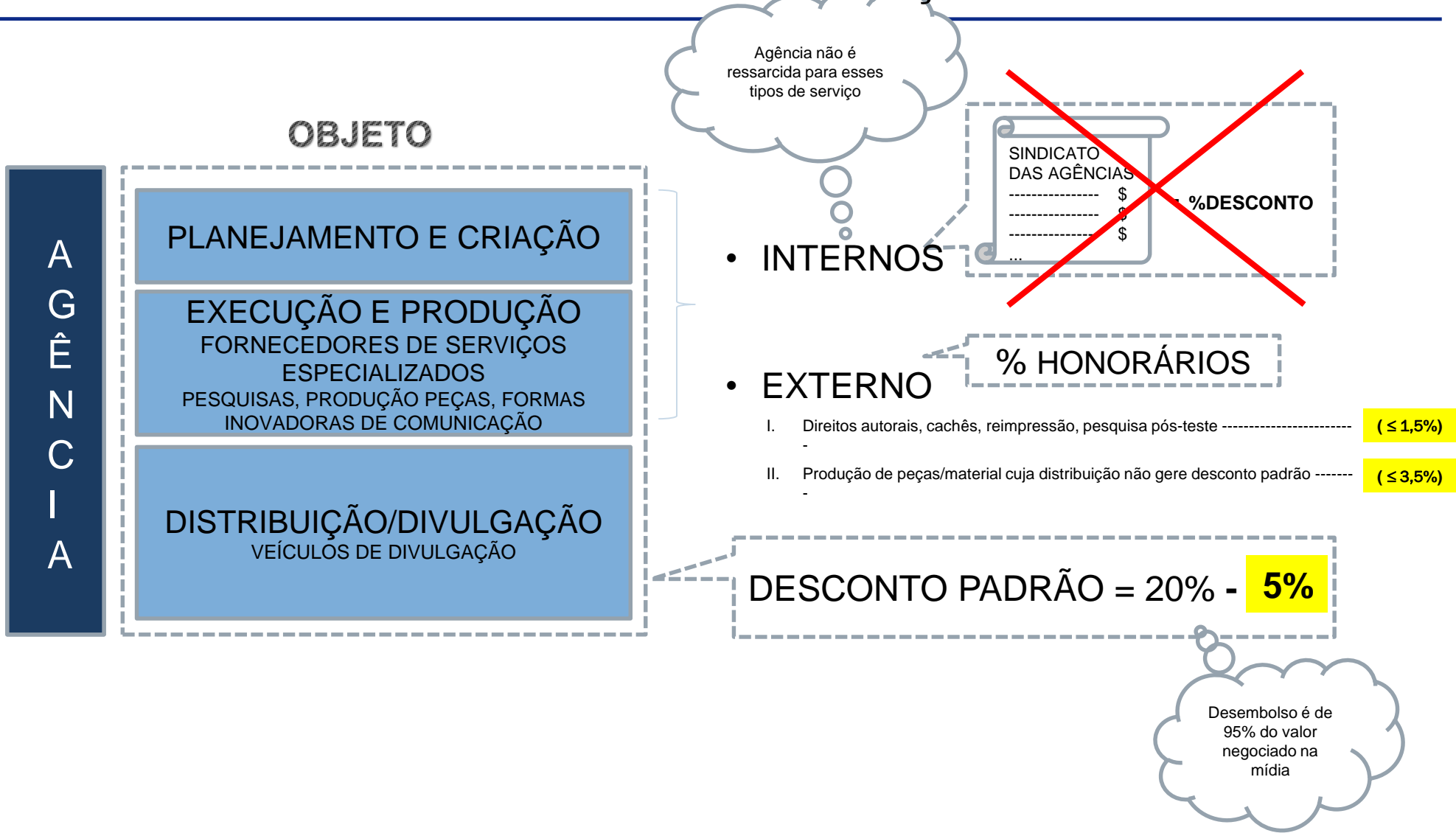
# Remuneração de Agência

## O que prevêm as normas em termos de remuneração



# Remuneração de Agência

## No contrato atual como são remunerados os serviços



# Remuneração de Agência

## Uma maneira de remunerar as formas inovadoras e serviços especializados que a contratada conseguir realizar internamente



\* Mudança proposta pós contribuições

# CONTEÚDO

**1**

Objeto

**2**

Formas Inovadoras

**3**

Remuneração de Agência

**4**

**Consórcio**

**5**

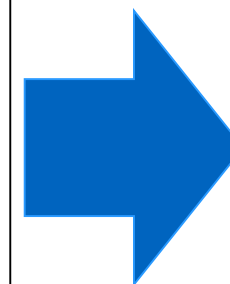
Local de prestação dos serviços/Núcleo de Mídia/Checking

# Até o momento a Secom não considerou a possibilidade de consórcio nos editais

## O que motivou a mudança?



- A SECOM entende que admitir o consórcio proporcionará maior eficiência e competitividade à licitação;
- Flexibilização das condições de participação para dar oportunidade às agências de menor porte;
  - Agências que isoladamente não atenderiam as exigências editalícias passariam a ter esta perspectiva se reunidas em consórcio.
- Benefício à execução contratual, pelo compartilhamento de conhecimento técnico entre as consorciadas para o desenvolvimento de ações publicitárias;
- Ampliação do número de agências que poderiam participar da licitação.



- Ampliar a participação de agências no edital
- Ampliar a participação de empresas médias

# CONTEÚDO

**1**

Objeto

**2**

Formas Inovadoras

**3**

Remuneração de Agência

**4**

Consórcio

**5**

**Local de prestação dos serviços/Núcleo de Mídia/Checking**

## O novo edital prevê mudanças também nessas atividades

### Proposta de desoneração do edital de publicidade

#### Local

- Estrutura mínima em Brasília para evitar custos com manutenção de Escritório, contendo:
  - a) 1 (um) profissional de atendimento, nível sênior;
  - b) 1 (um) profissional de criação, nível sênior;
  - c) 1 (um) profissional de mídia, nível sênior;
  - d) 1 (um) preposto do contrato para interlocução permanente.

Obs.: Todos os profissionais deverão possuir experiência comprovada a partir de 8 (oito) anos na área, com exceção do preposto.

#### Núcleo de Mídia

- As atividades do Núcleo de Mídia serão absorvidas pela SECOM, em sua estrutura interna;
- SECOM realizará contratação específica para a operacionalização do Cadastro de Veículos – Midiacad, utilizado por todos os órgãos e entidades do SICOM.

#### Checking

- As Agências continuam obrigadas a ter o *checking*;
- Acórdão TCU - PLENÁRIO 538/2019: Proposição de debate sobre a necessidade de revisão e atualização dos procedimentos de supervisão da execução externa (checagem independente);
- A Ciset (Controle interno) recomendou à SECOM que avalie a possibilidade de contratação de empresa de checagem;
- A SECOM está trabalhando para atender as recomendações.