

**ESCLARECIMENTOS
CONCORRÊNCIA 01/2020**

O Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo no Estado de Goiás – SESCOOP/GO, torna público para conhecimento dos interessados, esclarecimentos sobre questionamento apresentado até o presente momento, relativo à Concorrência 01/2020.

QUESTIONAMENTO

“DO EDITAL CONSTA:

7.1.2.2.4. Estratégia de Mídia: sob a forma de texto, tabelas, gráficos e/ou planilhas, a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas de mídia recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação social publicitária por ela sugerida e em função da verba hipotética indicada no briefing.

h) Nessa simulação:

I. Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

II. Deve ser desconsiderado o repasse de desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei no 4.680/1965;

III. Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores;

IV. Quando da elaboração da simulação do plano de mídia, bem como em qualquer outro custo apresentado na proposta técnica, as licitantes deverão utilizar os valores cheios das tabelas adequadas ao serviço em questão, sem considerar quaisquer percentuais de descontos possíveis nas respectivas propostas de preço.

7.1.2.2.4.3. A Licitante deverá apresentar os seguintes anexos do Plano de Comunicação Publicitária, os quais não serão contabilizados no total de páginas da proposta:

I. Quadro resumo da distribuição da verba disponível na rubrica de estudo e pesquisa, criação, produção e veiculação, com identificação das peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação;

II. Planilhas com simulação de Pedido de Inserção que corporifiquem a estratégia de mídia apresentada.

PERGUNTAMOS:

*Não existe no Edital um esclarecimento com relação ao investimento em mídias digitais. Diante disso, perguntamos se poderão ser apresentadas no Plano de Comunicação, peças e/ou tipos de veiculação de qualquer natureza, paga ou não paga, para as plataformas Google, Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, LinkedIn e afins? **São veículos que não possuem Tabela de Preços**, e por isso queremos saber se podemos apresentar na campanha essas peças que se enquadram em uma mídia digital programática?”*

Resposta: Ao elaborar o seu Plano de Comunicação Publicitária, cabe à cada licitante definir a sua estratégia de mídia, com liberdade para prever as peças e os veículos que considerar que atendem ao plano por ela proposto.

Quanto ao item 7.1.2.2.4.2., alínea h, inciso I, a licitante deverá considerar preços de tabela como sendo os preços praticados pelo veículo na data citada. É importante atentar para o fato de que, se o SESCOOP/GO

Página 1 de 2


CONCORRÊNCIA Nº 01/2020

decidir fazer uma diligência, a licitante deverá estar documentada para comprovar que os preços indicados por ela, em sua estratégia de mídia, condizem com os praticados pelos veículos citados em seu plano de mídia, na data de referência do edital.

Goiânia – GO, 02 de setembro de 2020.


Luciana Pereira Martins dos Santos
Presidente da Comissão de Licitação


Julliano Martins Felipe Mendes
Comissão de Licitação


Adrielly Peroto da Silva
Comissão de Licitação


Lourdes Hungria
Consultora – Duplo Ofício Comunicação Editora Ltda