

RESPOSTA – PEDIDOS DE ESCLARECIMENTO – CONCORRÊNCIA Nº 001/2017**ESCLARECIMENTOS 2****RESPOSTAS - PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS****CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº001/2017**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA, a ser julgada pelo critério de TÉCNICA E PREÇO, com regime de Empreitada por preço unitário, previsto na Lei n. 12.232/2010 e complementarmente pela Lei 8.666/93.

Objeto: contratação de 05 (cinco) agências de publicidade para a prestação de serviços técnicos de publicidade visando a elaboração de projetos e campanhas da assembleia legislativa do estado de mato grosso.

Questionamentos:

PERGUNTA 1 - *“Qual o período inicial da campanha (dd/mm/aa)? Visto que há mudanças de valores nas tabelas dos veículos de acordo com o período (mês) de veiculação.*

Resposta: A campanha se restringe ao território do Estado de Mato Grosso, devendo ser planejada e distribuída por um período de 90 dias.

O início da campanha fica a critério de cada licitante. Deverá tão somente atender ao período de divulgação, ou seja, 90 dias.

PERGUNTA 2 - *“Gostaríamos de trabalhar na campanha com o “impulscionamento” nas redes sociais, que é quando investimos em uma postagem pra que ela tenha um maior alcance. Hoje muitas páginas de órgãos públicos fazem esse tipo de investimento. Porém, as redes sociais não fazem a emissão da nota fiscal.*

A pergunta é, podemos propor ou não o impulscionamento nas redes sociais?”

Resposta: Apesar da importância das redes sociais, também para divulgação da publicidade institucional e de utilidade pública, contudo, para fins da licitação, quanto ao desenvolvimento da campanha fictícia para atender o briefing, não poderá haver impulscionamento nas redes sociais, uma vez que as entidades que o realizam, tais

como, Google e Facebook, não apresentam e não possuem uma tabela de preços público, e que seja aplicada a todos, sem distinção.

Em se tratando de atendimento ao item Estratégia de Mídia, a simulação do plano de distribuição, deverão ser observadas as seguintes condições (conforme se vê na página 55 do Edital):

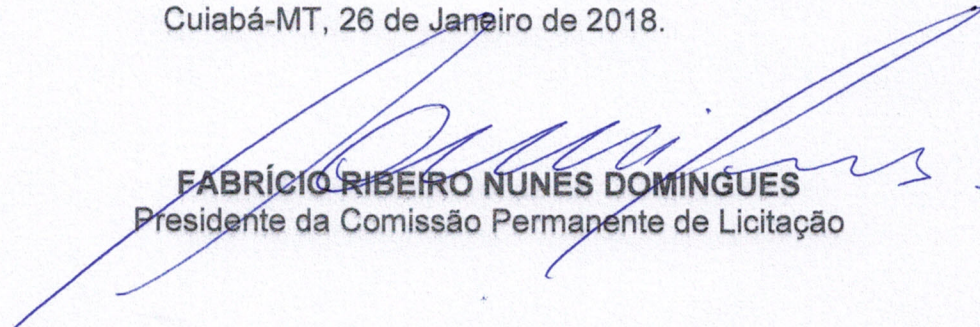
A) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;

B) Deve ser desconsiderado o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei 4.680/65;

C) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores”.

Dessa forma, a mídia digital, decorrente do uso das redes sociais, para fins de simulação do plano de observação, não pode ser utilizada, já que ela não apresenta preços públicos, através de tabelas públicas aplicáveis a todos os que utilizam e, portanto, torna inviável, para os fins do Edital, sua utilização, motivo porque não é viável a proposição mediante o impulsionamento nas redes sociais.

Cuiabá-MT, 26 de Janeiro de 2018.



FABRÍCIO RIBEIRO NUNES DOMINGUES
Presidente da Comissão Permanente de Licitação