



ESTADO DO TOCANTINS
PODER LEGISLATIVO
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

RESPOSTA A PEDIDO DE ESCLARECIMENTOS

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2023

Á
SOUL PROPAGANDA E MARKETING LTDA:

Prezados senhores,

Seguem respostas dadas pelo setor técnico da área demandante ao pedido de esclarecimentos apresentado a esta Comissão Permanente de Licitação, conforme abaixo:

Questionamento:

QUESTIONAMENTO 01

O item 6.3.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de: a.3) No cálculo da alocação dos valores para a CRIAÇÃO, PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO DA CAMPANHA de que trata a alínea 6.3.3 "b", a interessada utilizará como referencial uma verba fictícia de R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais) para um período de 15 dias, estabelece o uso da verba fictícia, o que se confirma na verba referencial exposta no ANEXO I – Briefing. Entretanto, no item 6.3.4.1. a) o edital determina que "devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os fornecedores", o que eliminaria os valores de CRIAÇÃO da simulação.

Qual é a informação correta? Deve-se desconsiderar os custos de criação da simulação, ficando a verba referencial disponível apenas para produção e mídia (sem os honorários), ou atribuir os custos de criação para a campanha conforme o item 6.3.4. a.3)?

Resposta: Deve-se atribuir os custos de criação para a campanha.

QUESTIONAMENTO 02

Já no item 6.3.4.2 onde o edital estabelece que "Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere "o período de veiculação" deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação." Dito isto, podemos afirmar que as tabelas devem estar vigentes no dia 28 de setembro conforme aviso publicado nesta data?

Resposta: Sim.

QUESTIONAMENTO 03

O item 6.3.4.1. a) estabelece que "os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação", entretanto as plataformas digitais não apresentam tabelas de preços. Porém, temos a opção de contratarmos o impulsionamento através de empresas terceirizadas, ou seja, as trading desks, que são empresas especializadas em venda de mídia programática e



ESTADO DO TOCANTINS
PODER LEGISLATIVO

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

impulsionamento de redes sociais. É permitido utilizar no plano de mídia a contratação de mídias como Facebook, Instagram, Google através das trading desks?

Resposta: Conforme resposta já dada a pedido de esclarecimentos anterior a outra empresa e disponível no site: al.to.leg.br “licitações”, é:

“Nos planos de mídia não estão previstos anúncios pagos em redes sociais, uma vez que estas não possuem tabelas definidas e os valores são condicionados a muitas variáveis. Assim, quando ou se houver necessidade de contratação de serviços das plataformas digitais, como publicidade e/ou impulsionamento, tais serviços deverão ser contratados de terceiros especializados pela LICITADA.”

Palmas, aos 24 de outubro de 2023

JORGE MÁRIO SOARES DE SOUSA
Presidente da Comissão Permanente de Licitação