



ESTADO DO TOCANTINS
PODER LEGISLATIVO
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

RESPOSTA A PEDIDO DE ESCLARECIMENTOS

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2023

Á
DIGITAL COMUNICAÇÃO

Prezados senhores,

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

*Normalmente em concorrências para agência de publicidade, dentro do texto da **IDEIA CRIATIVA** as licitantes precisam **APRESENTAR A RELAÇÃO DE TODAS AS PEÇAS QUE JULGAR NECESSÁRIOS PARA A EXECUÇÃO DE SUA PROPOSTA, COM COMENTÁRIO SOBRE CADA PEÇA.***

PERGUNTA-SE: Podemos considerar que dentro do texto da ideia criativa da presente concorrência devemos apresentar também a relação de todas as peças que cada licitante for utilizar em sua proposta, com os devidos comentários e explicações das funções sobre cada uma?

Resposta:

Sim, dentro da ideia criativa, junto com o texto que a licitante apresentará a síntese de sua estratégia de comunicação deve ter a relação das peças que julgar necessários para a execução de sua proposta de estratégia de comunicação.

Consta no edital duas informações divergentes sobre a inclusão ou não dos custos internos dentro da estratégia de mídia e não mídia, vejamos: (6.3.4 e 6.3.4.1 "c")

*Diante do exposto, levando em consideração que em concorrências para agência de publicidade, no planejamento da estratégia de mídia e não mídia são sempre desconsiderados os custos internos, podemos considerar o que diz a alínea "c" do item 6.3.4.1 e **DESCONSIDERAR OS CUSTOS INTERNOS NA ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA ?***

Resposta:

Conforme já respondido a outro pedido de esclarecimento semelhante, devidamente publicado no site: al.to.leg.br "licitações": Deve-se atribuir os custos de criação para a campanha.

Consta no edital a exigência para que o plano de comunicação tenha somente 6 PEÇAS, SENDO UM PARA CADA MEIO, vejamos (6.3.3 "b"). Entretanto, no briefing, há a exigência para que na campanha sejam utilizados obrigatoriamente os recursos próprios da ALETO.

Acontece que, dentre os meios próprios da ALETO temos: Meio Internet (Portal, Youtube, Twitter, Instagram, Facebbok), Meio OOH (Tv indoor) e Meio TV. Como demonstrado acima, para que possamos fazer peças e então usar os recursos próprios da ALE teríamos que repetir a peça do meio digital, logo, contrariaríamos a exigência acima demonstrada da ideia criativa ("sendo uma peça para cada meio").

PERGUNTA-SE: Diante do demonstrado, podemos desconsiderar a informação "sendo uma peça para cada meio" existente no item 6.3.3. ?



ESTADO DO TOCANTINS
PODER LEGISLATIVO

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Resposta:

Deve ser observada a exigência do Edital. Devendo a ideia criativa estar limitada a 6 peças.

Consta no edital a exigência para que na estratégia de mídia sejam utilizados somente veículos que tenham tabela de preço.

Acontece que, existem veículos de comunicação que trabalham com mídia digital, ou seja, eles distribuem(veiculam) material digital em sites, portais, redes sociais etc. e, a compra desta mídia é feita com tabela de preço. Ou seja, existem veículos que trabalham como mídia programática que possuem tabela de preço.

Dessa forma, conforme demonstrado acima, entendemos que em relação a mídia programática, se tiver tabela de preço, podemos incluir em nossa estratégia de mídia e não mídia. Está correto nosso entendimento?

Resposta:

Nos planos de mídia devem ser utilizados somente veículos que tenham tabelas. No caso de alguma empresa de mídia programática trabalhar com tabela de preço, esta poderá ser utilizada.

Palmas, aos 06 de novembro de 2023

JORGE MÁRIO SOARES DE SOUSA
Presidente da Comissão Permanente de Licitação