



**ESCLARECIMENTO 001/2019  
CONCORRÊNCIA SESC/GO Nº 19/01.00010**

**O SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO – SESC - Administração Regional no Estado de Goiás**, por meio da Comissão Especial de Licitação designada pela Ordem de Serviço nº021/2019, torna público, para fins de conhecimento dos interessados, a ERRATA 001 referente ao instrumento convocatório da Concorrência nº 19/01.00010, marcado para o dia 05.04.2019 às 15:00 horas, que tem por objeto a **CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA ATENDER AS DEMANDAS DO SESC GOIÁS**, conforme disposto abaixo:

**Questionamento 01**

O item 13.2 aponta que “A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes no Anexo VI. Porém, no texto do referido anexo, observamos que consta a frase: PREÇO GLOBAL: R\$ NÚMÉRICO E POR EXTENSO, o que em nosso entendimento não cabe a este tipo de licitação, pois existem variáveis que não nos permitem fechar uma proposta por preço global, já que os itens a, b e c do anexo VI já darão a base necessária para a Comissão de Licitação validar as propostas de cada concorrente de acordo com o Edital. Diante disso, perguntamos: A frase em questão é apenas um erro de digitação e pode ser suprimida do Anexo VI?

**Resposta 01:** Sim, a frase em questão trata-se de um erro formal de digitação, será suprimida da redação do anexo VI e desconsiderada para efeito de apresentação da Proposta de Preços por parte das licitantes. A metodologia de avaliação da Proposta de Preço será regida pelo item 14 do edital e tabela do item 14.3 letras a), b) e c) no que toca exclusivamente a pontuação.

**Questionamento 02**

Sobre o Edital 19/01.00010 gostaria de um esclarecimento: No anexo VI onde tem o espaço para colocar o preço global. o que devemos preencher? Visto que o preço vai depender das demandas do SESC. Devemos colocar o valor estimado pelo SESC? R\$ 7.000.000,00

**Resposta 02:** Como esclarecido na resposta 01, a frase em questão trata-se de um erro formal de digitação, será suprimida da redação do anexo VI e desconsiderada para efeito de apresentação da Proposta de Preços por parte das licitantes. A metodologia de avaliação da Proposta de Preço será regida pelo item 14 do edital e tabela do item 14.3, letras a), b) e c), no que toca exclusivamente a pontuação.

**Questionamento 03**

**COM RELAÇÃO AO ITEM 11.3.3.6 - As peças gráficas deverão ser impressas em papel A4 ou A3 ou aplicadas em suportes tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, observado o disposto no subitem 11.2.4 e no subitem 11.2.4.1. PERGUNTA:** Para impressão das peças gráficas poderá ser utilizada qualquer gramatura de papel?

**Resposta 03:** Sim, não há restrição prevista no edital quanto à gramatura do papel para apresentação dos exemplos de peças da Ideia Criativa. Enfatizamos que esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto na alínea ‘c’ dos subitem 19.2.1, e no subitem 19.2.1.1, todos deste Edital.



#### **Questionamento 04**

COM RELAÇÃO AO ITEM 11.3.4.3 – NESSA SIMULAÇÃO; a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, sem desconto, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação, sob pena de desclassificação. PERGUNTA: As mídias sociais com Facebook e Instagram não possuem tabelas de preços já que a compra é feita a partir de análises estratégicas. Sendo assim, podemos usar as mídias sociais de forma impulsionadas com estratégias de mídias pagas?

**Resposta 04:** Conforme disposto no item 11.3.4.3 alíneas a), b) e c) – para efeito de simulação do plano de mídia, os valores devem ser de tabela cheia, sem desconto de agência, desconsiderados os custos internos e honorários sobre todos os serviços de fornecedores, afim de manter a isonomia e condições de igualdade entre todas as licitantes, no entanto, conforme previsto no Anexo I – Briefing - Definição dos meios, veículos e materiais - As estratégias e ações de comunicação são de livre escolha da agência, cabendo a ela justificar a utilização dos meios, veículos e materiais propostos. Portanto é permitido e fica a critério da licitante o uso de mídias programáticas, respeitando o limite de verba para a simulação descrito no Anexo I – Briefing do Edital.

#### **Questionamento 05**

Publico alvo: Trabalhador do comércio de bens, serviços e turismo e seus dependentes; clientes que se utilizem ou possam utilizar dos serviços e produtos do Sesc; toda a comunidade da qual o Sesc faz parte e com a qual contribua para uma transformação social positiva no exercício da cidadania. PERGUNTA: Para público-alvo da campanha deve ser considerado trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo das cidades onde constam unidades do SESC GO?

**Resposta 05:** Sim, conforme descrito no Anexo I – Briefing do Edital, área de atuação - Goiânia, Anápolis, Itumbiara, Jataí, Caldas Novas e Pirenópolis.

#### **Questionamento 06**

Conforme a alínea “d” do item 12.2.1.2 Estratégia de Mídia e Não Mídia, será avaliado a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do anunciante. Perguntamos: quais são os atuais recursos de comunicação próprios do SESC-GO?

**Resposta 06:** Conforme descrito no Anexo I – Briefing – Atualmente o Sesc Goiás mantém os seguintes canais de comunicação como Recursos Próprios – o site, perfil Facebook do Sesc Goiás e Teatro Sesc Centro, Instagram e Youtube.

#### **Questionamento 07**

Edital - item 11.3.4.3 Estratégia de Mídia e Não Mídia, alínea “c” devem ser desconsiderados os custos internos de criação e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores, sob pena de desclassificação. Item 11.2 do anexo II – Termo de Referência: Para o exercício de simulação para a avaliação técnica do presente Edital, objetivo da campanha ora estabelecida, a licitante deve contemplar todos os custos necessários para sua realização, como criação, produção e mídia, até o valor de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais). Perguntamos: Está correto nos orientarmos na alínea “c” do item 11.3.4.3 do Edital - Estratégia de Mídia e Não Mídia para elaboração da simulação do Plano de Mídia que



desconsidera os custos internos de criação?

**Resposta 07:** Sim, conforme disposto no item 11.3.4.3 alíneas a), b) e c) – para efeito de simulação do plano de mídia, os valores devem ser de tabela cheia, sem desconto de agência, desconsiderados os custos internos e honorários sobre todos os serviços de fornecedores, afim de manter a isonomia e condições de igualdade entre todas as licitantes.

Goiânia, 02 de abril de 2019.

*Aretéia M. R. Silva*  
**Aretéia Machado Rezende e Silva**  
Presidente da Comissão de Licitação