

Concorrência nº 004/2022/SENAR/MT

Processo nº: 39409/2021

Assunto: **RESPOSTA AO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO**

Trata-se de resposta ao pedido de esclarecimento ao Edital de Concorrência nº 004/2022/SENAR/MT, que tem por objeto a contratação de **02 (duas)** agências especializadas na prestação de serviço de **PROPAGANDA E PUBLICIDADE**, para atender ao Serviço Nacional de Aprendizagem Rural Administração Regional do Estado de Mato Grosso – **SENAR/MT**, solicitado pela empresa **DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA E PROPAGANDA LTDA**.

1. DA ADMISSIBILIDADE

Nos termos do subitem 1.2., ficou estabelecido no instrumento convocatório que:

*“1.2. Solicitações de esclarecimentos quanto aos termos deste Edital deverão ser encaminhadas até as **17h00 (dezesete horas)** do dia útil imediatamente anterior à realização da sessão licitatória, através de correspondência em papel timbrado da empresa pretendidamente licitante, dirigida à Comissão Permanente de Licitação (CPL), na sede do **SENAR/MT** ou pelo e-mail: cpl@senarmt.org.br.”*

Com efeito, observa-se a tempestividade do pedido de esclarecimento realizado pela empresa **DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA E PROPAGANDA LTDA** a qual foi encaminhado por e-mail a Comissão Permanente de Licitação no dia **08 de fevereiro de 2022 às 18h54min**, de modo que a sessão de abertura deste certame está marcada para ocorrer no dia **25/02/2022 às 09h00min** (horário Local), na Sede Temporária do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural de Mato Grosso – SENAR/MT – Rua I, nº 300, Quadra 17-A, Lotes 6-7, Parque Eldorado, Bairro Alvorada, CEP 78048-832, Cuiabá-MT.

Neste sentido, reconhecemos o requerimento de esclarecimento feito pelo peticionante ao edital de licitação, ao qual passamos a apreciar o mérito e nos posicionamos dentro do prazo legal.

2. DOS QUESTIONAMENTOS E ESCLARECIMENTOS

Questionamento 01:

1. A rede social Whatsapp pode ser usada, como estratégia de mídia programática seguindo os critérios de optin e optout? Pois conforme frequência de hábitos de mídia, esta rede tem abrangência massificada em todo o estado.

Resposta: Sim.

Questionamento 02:

2. Considerando na página 8, item 6.1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia, item b. Perguntamos: Há necessidade de colocar cópia das tabelas dos veículos de comunicação, PI ou AP na simulação do planejamento da distribuição da mídia?

Resposta: Não há necessidade. Lembrando que de acordo com o item **5.3.1.1.3** do Edital, o plano pode ter no máximo 30 páginas.

Questionamento 03:

3. Na página 58, item 4. Valor - subitem 4.1, parágrafo 3, cita "O Senar-MT está presente em todo o estado de Mato Grosso, com 10 escritórios regionais...". Perguntamos:

.Onde fica localizado as cidades e regiões dos escritórios regionais?

.Cada escritório regional, dá suporte para quais cidades no entorno?

Resposta: Em nosso site na parte Regionais Senar possui as localidades e abrangências. Segue o link: <https://sistemafamato.org.br/senarmt/regionais-senar/>.

Questionamento 04:

4. No item 6.1.1.3 do edital é dito que: "(...)a licitante desenvolverá campanha publicitária destinada a solucionar o problema específico de comunicação, podendo apresentar no máximo 10 (dez) peças, sendo sendo que dessas 3 (três) peças são obrigatórias na composição da campanha: Spot para rádio; VT para TV; e Peça digital, podendo, para VT, spot e internet serem apresentados monstros. Adaptações serão consideradas como peças a parte e, portanto, no limite das 10 (dez) peças permitidas. Quando a peça for sequencial, como exemplo: post carrossel ou outdoor duplo, serão computadas como 01 (uma)." A respeito do trecho: "(...) Adaptações serão consideradas como peças a parte e, portanto, no limite das 10 (dez) peças permitidas. Perguntamos: podemos apresentar adaptações das 10 (dez) peças permitidas? Caso a resposta seja sim, não estaríamos ultrapassando o limite das 10 (dez) peças corporificadas?"

Resposta: Como dito na pergunta, adaptações serão consideradas a parte, portanto no limite das 10 (dez) peças. O máximo são 10 (dez) peças.

Questionamento 05:

5. No item 6.1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia é dito que: "b) simulação de plano de distribuição de todas as peças de que trata a alínea "a" do subitem 6.1.1.3(...)" Já o item 6.1.1.3. Ideia Criativa é dito que: "a licitante desenvolverá campanha publicitária destinada a solucionar o problema específico de comunicação, podendo apresentar no máximo 10 (dez) peças(...)"

Perguntamos: A estratégia de Mídia e Não Mídia deverá fazer a simulação de plano de distribuição apenas das peças apresentadas na Ideia Criativa?

Resposta: Não. Ideia Criativa pode propor quantas peças desejar e ilustrar apenas 10 (dez), e no plano de produção e mídia deve contemplar todas as ideias propostas, tendo sido layoutadas ou não.

Agradecemos ao questionamento e são estes os esclarecimentos ao pedido encaminhado.

Sem mais, colocamo-nos à disposição para eventuais questionamentos.

Atenciosamente.

Cuiabá (MT), 10 de fevereiro de 2022.

(Original Assinado)

Natanael Marques de Alcantara

Presidente da Comissão Permanente de Licitação