SENAR - Administração Regional do Estado do Paraná
CONCORRÊNCIA Nº 018/2025
OBJETO: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA A SEREM PRESTADOS, SOB DEMANDA, SEM EXCLUSIVIDADE, POR 1 (UMA) AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA AO SENAR/PR, INCLUINDO PLANEJAMENTO, CONCEITUAÇÃO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIAÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, COM O OBJETIVO DE PROMOVER SERVIÇOS DE QUALQUER NATUREZA, DIFUNDIR IDEIAS OU INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, DENTRE OUTROS.

O Serviço Nacional de Aprendizagem Rural, através de sua Comissão de Licitação, torna público o ESCLARECIMENTO referente ao edital de licitação acima relacionado, conforme segue.

PERGUNTA 01: No item 6.4.6. nessa simulação: Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação, não sendo necessário anexá-la à proposta técnica. As licitantes podem incluir mídia paga em canais que não apresentam valor tabelado como redes sociais, Google, YouTube etc. utilizando a compra através de fornecedor de mídia programática?
RESPOSTA 01: Sim, podem

PERGUNTA 02: Para cálculo da distribuição dos custos de criação, produção e veiculação da campanha simulada, a licitante utilizará como referencial uma verba de R$ 3.000.000,00 (três milhões de reais). Para os custos de criação, as licitantes devem utilizar a Tabela Referencial de Preços do SINAPRO/PR vigente, correto?

RESPOSTA 02: Correto

PERGUNTA 03: No item 6.11.1 – Capacidade de Atendimento. As licitantes podem usar fotos, logos, imagens?

RESPOSTA 03: Sim, podem

PERGUNTA 04: No briefing (anexo III) - Item 1.1 Introdução, informa: "...uma campanha para ser veiculada a partir de junho de 2025". Qual seria o período da campanha, 30 dias?

RESPOSTA 04: O projeto pode considerar um período referencial de 6 meses, e cabe a cada fornecedor entender o melhor ajuste conforme canais e recursos empregados em cada uma das propostas.

PERGUNTA 05: No briefing (anexo III) - Item 1.8 Mandatórios, informa: "É fundamental ter os sindicatos rurais para chegar até os produtores e trabalhadores rurais, considerar ainda a regionalização e cadeias produtivas do estado. São os sindicatos que mobilizam, articulam e inscrevem os produtores nos programas e cursos que o SENAR-PR oferece...". Perguntamos: O SENAR-PR pode por favor esclarecer a informação "considerar a regionalização e cadeias produtivas do estado"?

RESPOSTA 05: Olhar para o estado do Paraná, considerando por exemplo as culturas e as fortalezas de cada região, no site do Sistema FAEP nesse link: https://www.sistemafaep.org.br/sindicato/ tem mais detalhes

das regionais, e para o volume de sindicatos considerar que temos 160 sindicatos, ou seja, quase que 1 sindicado a 2 municípios/cidades;

PERGUNTA 06: Quais são os sindicatos e suas respectivas regiões de atuação?

RESPOSTA 06: mesma resposta do item acima

PERGUNTA 07: Será necessário incluir na campanha as logomarcas dos sindicatos? Se sim o SENAR-PR pode disponibilizar?

RESPOSTA 07: pode ser usada a logo que consta em nosso manual de marca, como referência. **https://www.sistemafaep.org.br/marca-sistema-faep/**

PERGUNTA 08: Para quais endereços, físicos e/ou eletrônicos, ou ainda telefones, os interessados nos programas e cursos SENAR-PR devem ser encaminhados, para obterem informações e/ou inscreverem-se?

RESPOSTA 08: Usar como referência o Sindicato Rural, informações:
https://www.sistemafaep.org.br/sindicato/

PERGUNTA 09: Ainda no mesmo item do Briefing, informa: "Considera na construção do plano 3 cenários (conservador, moderado, agressivo), isso para estímulos e investimento". O SENAR-PR pode nos esclarecer sobre a informação por favor?

RESPOSTA 09: Já respondido em outro esclarecimento.

PERGUNTA 10: O Manual de marca e aplicações está em nosso site:

RESPOSTA 10: O Manual de marca e aplicações está em nosso site: **https://www.sistemafaep.org.br/marca-sistema-faep/**

Priscila Ranzani Oliva
Comissão de Licitação

Alessandra Teodoro Silvério
Comissão de Licitação

Caroline Borges
Comissão de Licitação