



## PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS

**Questionamento nº1:** "No Briefing item 16 – Ações de Comunicação, subitem g: peças para mídias digitais: Todas as ações da campanha simulada devem prever planejamento de veiculação, otimização e mensuração de desempenho de mídias digitais (Facebook, Twitter, Instagram e Google Analytics), visando incremento de tráfego no site e redes sociais do CRF-PR. Entendemos que Google Analytics é ferramenta para mensuração, então no lugar de veiculação em Google Analytics o correto não seria Google Display ou Google Ads (palavras chaves)?"

**Resposta nº 1:** Tendo em vista que a ferramenta “Google Analytics” tem a finalidade de apenas mensurar dados de acesso do site, favor desconsiderar a ferramenta questionada deste item, e considerar apenas as mídias sociais: Facebook, Twitter e Instagram.

**Questionamento nº2:** Solicitamos esclarecimentos ao Edital da licitação acima mencionada:

No briefing item 16 – Ações de Comunicação Previstas (campanha simulada):

- a) Elaboração de Projeto de Comunicação Publicitária que contemple as demandas e público-alvo da entidade, aumentando sua presença digital nos anos de 2017/2018, levando-se em conta as principais datas comemorativas.**
- b) Elaboração de Campanha com sugestões para o Dia Nacional do Uso Racional de Medicamentos (05 de Maio); Dia Internacional do Farmacêutico (25 de setembro) e Dia Nacional do Farmacêutico (20 de janeiro).**
- c) Criação de spot de rádio de forma a atingir o público-alvo. (A licitante poderá escolher uma das principais datas comemorativas).**
- d) Anúncio em jornal de grande circulação (capital e interior) para as datas referentes ao Dia Nacional do Uso Racional de Medicamentos (05 de Maio);**



- Dia Internacional do Farmacêutico (25 de setembro) e Dia Nacional do Farmacêutico (20 de janeiro). (A licitante poderá escolher uma das principais datas comemorativas).
- e) Criação de arte para **Busdoor**. (A licitante poderá escolher uma das principais datas comemorativas).
  - f) Criação de arte para **Outdoor**. (A licitante poderá escolher uma das principais datas comemorativas).
  - g) Peças para mídias digitais. Todas as ações da campanha simulada devem prever planejamento de veiculação, otimização e mensuração de desempenho de mídias digitais (**Facebook, Twitter, Instagram**), visando incremento de tráfego no site e redes sociais do CRF-PR.
  - h) A agência de publicidade pode apresentar ações complementares às ações dos itens anteriores, a fim de atingir o público-alvo da campanha, sendo respeitado o tema proposto.

As licitantes precisam elaborar um planejamento de comunicação e de mídia considerando as 3 campanhas (em períodos que promovam as datas comemorativas). Nas 3 campanhas, o plano de mídia precisa contemplar todas as peças solicitadas: spot, jornal, busdoor, outdoor e redes sociais (Facebook, Twitter e Instagram). Está correto nosso entendimento?

**No Item 9.4.1. (subitens a e b): Na campanha simulada a licitante deverá utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO) e dos preços de tabela dos veículos de comunicação e produção.**

Ao fazermos a simulação dos custos da tabela do Sinapro de acordo com as peças e mais o monitoramento, moderação e relatório de redes sociais por canal que consta na tabela (e não podemos deixar de incluir), conforme se pode verificar abaixo, os valores dos custos de criação para as 3 campanhas sem considerar os



valores de veiculação (Estado) e mais produção já ultrapassam a verba dos R\$ 312.500,00.

PEÇAS	SINAPRO	X 3 campanhas
Spot 30"	R\$ 3.722,00	
Anuncio jornal (até 1/4)	R\$ 2.715,00	
busdoor	R\$ 5.835,00	
outdoor	R\$ 5.835,00	
Facebook	R\$ 5.550,00	
twiter*	R\$ 2.358,00	
instagram*	R\$ 2.358,00	
<b>Total</b>	<b>R\$ 28.373,00</b>	<b>R\$ 85.119,00</b>

\*Considerando custo de replicação do post do Facebook

Monitoramento/relatório redes sociais <b>por canais**</b>	R\$ 27.747,00	R\$ 83.241,00	<b>R\$ 249.723,00</b>
---	---------------	---------------	-----------------------

<b>TOTAL SINAPRO</b>	<b>R\$ 334.842,00</b>
<b>Verba (-)</b>	<b>R\$ 312.500,00</b>
<b>Total</b>	<b>-R\$ 22.342,00</b>

\*\*Valor por canal x 3 (Facebook; Twiter e Instagram ) e x 3 campanhas. Segue anexa tabela Sinapro onde constam os valores de Web.

Podemos desconsiderar os custos internos (SINAPRO) para a simulação da campanha já que os valores ultrapassam a verba?

Sugestão: O ideal seria eleger apenas uma data comemorativa para a campanha simulada para um período de 30 dias. Pois como o plano é Estado e os custos de veiculação são de tabela cheia, só o meio jornal nas principais praças do estado vai consumir grande parte da verba”.

**Resposta nº2:** Com relação aos seus questionamentos, informamos que será realizada uma apuração mais aprofundada. A Comissão de licitação, juntamente com o setor solicitante, analisará a possibilidade de retificação do edital, com



CONSELHO FEDERAL DE FARMÁCIA – CFF  
**CONSELHO REGIONAL DE FARMÁCIA DO ESTADO DO PARANÁ – CRF-PR**  
RUA PRESIDENTE RODRIGO OTÁVIO, 1296 – HUGO LANGE – CURITIBA – PR  
CEP 80040-452 – Fone/Fax: (41) 3363-0234  
E-mail: [crfpr@crf-pr.org.br](mailto:crfpr@crf-pr.org.br)

[www.crf-pr.org.br](http://www.crf-pr.org.br)

---

consequente republicação, caso julgue necessário. Tão breve finalizarmos tal análise, entraremos em contato com as devidas respostas.