

fieldset { width: 100%; min-width: 0; } fieldset { padding: 0; margin: 10px 0 10px 0; border: 0; min-width: 0; } legend { display: block; width: 100%; padding: 0; margin-bottom: 18px; font-size: 16px; line-height: inherit; color: #666; border: 0; border-bottom: 1px solid #e5e5e5; font-weight: bold; font-family: Calibri !important; } .preview { background-color: #FFFFFF; color: #000000; font-family: Calibri !important; font-size: 12pt; } .preview h1, h2, h3, h4, h5, h6 { display: block; font-weight: bold; } .preview ul, ol { padding: 0; margin-inline-start: 2em; list-style: auto; } td, th { padding: 3px !important; } RESPOSTA QUESTIONAMENTO Nº 04 – SECRETARIA DA SAÚDE – SES Versam os presentes autos sobre contratação de serviços de publicidade, a serem prestados por intermédio de até 03 (três) agências de propaganda para atender a Secretaria de Estado da Saúde, conforme especificações no edital e seus anexos. Apresentamos resposta os seguinte pedido de esclarecimento: "PERGUNTA 1: Quais são os recursos próprios de comunicação da CONTRATANTE que devem ser considerados na elaboração da Estratégia de Mídia e Não Mídia?" RESPOSTA 1: Abaixo relação dos meios e recursos próprios de comunicação da contratante: Site: <https://goias.gov.br/saude> Instagram: <https://www.instagram.com/saudegoias/> Facebook: <https://www.facebook.com/saudegoias> Youtube: <https://www.youtube.com/@saudegoias> Escola de Saúde do Estado de Goiás: Site: <https://goias.gov.br/escoladesaude/> Instagram: <https://www.instagram.com/escoladesaudegoias/> Facebook: <https://www.facebook.com/escoladesaudegoias> Os veículos abaixo, apesar de não serem próprios da contratante, pertencem à Administração Indireta do Estado de Goiás (Agência Brasil Central) e não tem custo de veiculação para os entes da Administração Pública Estadual. TV BRASIL CENTRAL RÁDIO BRASIL CENTRAL FM "PERGUNTA 2: No item 6 do Briefing, consta que o licitante deverá propor a campanha para um período de até 02 meses. No item 7 – Valor Estimado – é estipulado que as propostas apresentadas devem viabilizar a execução de campanha publicitária com foco na promoção de saúde relativa à prevenção e DST/Aids com verba estimada de até R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais). Diante disso, questionamos: como a Comissão avaliará de forma isonômica, os planos de mídia apresentados, considerando que cada licitante poderá propor diferentes períodos de veiculação e orçamentos estimados? Por exemplo, uma licitante que planeja uma campanha de apenas 2 semanas, enquanto outras podem propor por 1 mês ou até o período de máximo de 2 meses, assim como o valor estimado pode ser aplicado de formas distintas. Não seria mais adequado estabelecer um período fixo, como 30 dias, e definir o valor total de R\$ 3.000.000,00 para que todas as propostas sejam avaliadas com igualdade." RESPOSTA 2: A subcomissão técnica avaliará as propostas apresentadas levando-se em conta os critérios objetivos de julgamento das propostas técnicas constante no edital - item 12.12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS. Retornem os autos à Gerência de Licitações para prosseguimento.