

Araçatuba/SP, 24 de Fevereiro de 2025.

À
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



**Ref.: Questionamento Edital 001/2025, Processo Licitatório 002/2025,
Concorrência Pública Presencial 001/2025**

Visando o cumprimento de todas as exigências editalícias, a **NOROESTE COMUNICAÇÃO LTDA. EPP**, com sede na Rua Chile, 1.620, inscrita no CNPJ sob o nº **00.425.500/0001-75**, vem através do presente, solicitar os seguintes esclarecimentos:

No ANEXO I – A – BRIEFING PARA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA, consta:

Título: CAMPANHA VESTIBULAR 2025

11.PERÍODO

INSCRIÇÃO (Gratuita) – As inscrições serão recebidas exclusivamente pelo site www.fema.edu.br no período de 02 de outubro a 14 de novembro, mediante preenchimento da ficha de inscrição.

PROVA ON-LINE: 21/11, das 19 às 21 horas pelo portal da FEMA.

RESULTADO: 25/11

Perguntamos:

①

1. **É correto nosso entendimento que a campanha hipotética se refere ao vestibular de início de ano de 2026, e não 2025 como se lê no título do anexo I – A Briefing e portanto, as datas de divulgação devem ser entre outubro e novembro de 2025?**

Já o item 12. **ORÇAMENTO**, do mesmo ANEXO I – A BRIEFING PARA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA, mantém determinação do edital anterior:

Para a elaboração da proposta técnica esta campanha publicitária terá como verba total R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais) a serem investidos nos custos de criação (DESTAQUE NOSSO), produção e mídia, conforme o planejamento publicitário adotado pela agência.

Constar “custos de criação” na Proposta Técnica inviabiliza o processo licitatório, conforme apontamos a seguir:

1. *Ao usar a tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo (Sinapro SP) sem descontos, as agências participantes deste certame tornarão suas propostas inexequíveis, pois irão absorver grande parte da verba total disponibilizada. Principalmente, tendo em vista que o item 9.2.4.3 (da Estratégia de Mídia e não Mídia na Proposta Técnica) já exige: “a) os preços das inserções em veículos de comunicação e de divulgação **devem (GRIFO NOSSO)** ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação”.*
2. *Por outro lado, definir descontos nos custos de criação da Proposta Técnica pode permitir a identificação das licitantes, pois tendem a ser os mesmos descontos das propostas de preço.*

Perguntamos:

28

1. Devemos manter os custos de criação mesmo com os apontamentos acima?

Sendo o que se apresenta para o momento, ficamos no aguardo da respectiva resposta.

Atenciosamente,

gov.br

Documento assinado digitalmente
ROGERIO TEIXEIRA DE ALMEIDA
Data: 24/02/2025 14:58:26-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

NOROESTE COMUNICAÇÃO LTDA. EPP
Rogério Teixeira de Almeida
Diretor

③ 