
**PEDIDO DE ESCLARECIMENTO Nº 06
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2019**

Prezada Licitante,

Questionamentos:

Mídia Digital (Facebook, Instagram e Youtube), poderá constar de na simulação e distribuição de Mídia, visto que ferramentas de mídia social, não possuem Tabelas fixas? Tais veículos, porém oferecem valores automáticos mediante verba disponível. Isso pode ser considerado para cálculos da verba fictícia?

Respostas:

Atualmente, não existe uma tabela para divulgação paga de conteúdo nas mídias digitais (Facebook, Instagram e Youtube), o que existe é estratégia para impulsionamento desse conteúdo. Geralmente, o que acontece é a destinação mensal, dentro do planejamento de comunicação, para impulsionamento desse conteúdo, com possibilidade de investimento direcionado em datas específicas para campanhas, como por exemplo, em outubro que são realizadas atividades paralelas em todo o país correspondentes ao Dia do Cirurgião-Dentista e ao Dia Nacional da Saúde Bucal, celebrado no dia 25 de outubro. O valor mensal investido nas mídias digitais varia de acordo com a disponibilidade financeira e a estratégia adotada. Um único impulsionamento pode variar, por exemplo, entre R\$5 (cinco reais) e R\$100 (cem reais), a depender da estratégia de alcance: público, perímetro, tempo de visibilidade do conteúdo publicado, entre outros fatores considerados.

Sim. Essas plataformas que são consideradas não mídias podem ser consideradas para o *briefing* e o valor fica a critério do licitante, já que na tabela não tem um valor determinado.

Att.

CPL