

## ESCLARECIMENTO 2 – CP 01/2019

*Boa tarde,*

*Abaixo questionamento.*

*De acordo com o item 11.3.4.3:*

*b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;*

*Questionamento 1:*

*Será permitido planejar o impulsionamento de veículos que não trabalham com tabela pública, como, por exemplo, o Facebook?*

*As redes sociais serão de extrema importância para a campanha devido ao seu custo benefício, sua assertividade e seu alcance.*

*Apenas veiculações orgânicas, não serão eficazes para atingir todo o público-alvo, pois de acordo com o estudo do Edgerank Checker, apenas 16% de seus seguidores visualizam as publicações orgânicas.*

*Aguardo retorno,*

*Atenciosamente,*

---

### **Resposta:**

Prezados, tendo em vista que o questionamento, se refere a equipe técnica, a Comissão Especial de Licitação, encaminhou para análise da Assessoria de Comunicação, conforme resposta abaixo:

*PERGUNTA*

*De acordo com o item 11.3.4.3:*

*b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;*

*Será permitido planejar o impulsionamento de veículos que não trabalham com tabela pública, como, por exemplo, o Facebook?*

*As redes sociais serão de extrema importância para a campanha devido ao seu custo benefício, sua assertividade e seu alcance.*

*Apenas veiculações orgânicas, não serão eficazes para atingir todo o público-alvo, pois de acordo com o estudo do Edgerank Checker, apenas 16% de seus seguidores visualizam as publicações orgânicas.*

*RESPOSTA:*

*Seguir a tabela de referência do Governo Federal.*

Informo que todos os esclarecimentos estão disponíveis no Portal do Comprasnet e no site do IFSULDEMINAS.

Pouso Alegre, 04 de novembro de 2019.

Marco Antonio de Melo Azevedo  
Presidente da Comissão Especial de Licitação