

SECRETARIA DE ESTADO DE ADMINISTRAÇÃO – SAD/MS
SECRETARIA EXECUTIVA DE LICITAÇÕES

PROCESSO: 51/003.026/2025

CONCORRÊNCIA PÚBLICA: 0001/2025 - SEGOV

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

RESPOSTA AO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO

Em face dos pedidos de esclarecimentos apresentados relativamente à Concorrência nº 01/2025, cujo objeto é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, e após criteriosa análise, a Comissão de Licitação, amparada pelo Parecer da Área Técnica, informa o acolhimento dos pedidos de esclarecimentos e a conseqüente necessidade de implementação de alterações no Edital e em seus anexos.

O ponto fulcral da contestação e sua respectiva resolução são apresentados a seguir:

Pergunta 1: No item ideia criativa está indicando quais os meios usar para as peças conforme abaixo:

a) Jornal ou Revista: layout; b) Outdoor: layout; c) TV: storyboard; d) Rádio: roteiro de Spot ou roteiro de Jingle; e) Banner para internet; f) Post para redes sociais. Pergunta – Nos meios Rádio, TV não tem limitador quanto a peça apresentada pode ser a segunda que a agência propor. Porém nas peças Banner, Post e Outdoor está limitando a ser exatamente essas peças? Ou posso entender que Outdoor seria mídia exterior onde posso estar buscando outras peças como painel de led, mobiliários urbanos entre outros, e no banner internet posso entender que eu posso estar usando formatos diferentes para uso em site através de programáticas, e onde fala post para redes sociais posso entender que posso estar usando outras plataformas como youtube que não é uma rede social?

Resposta: Limitar-se ao que pede o Edital.

SECRETARIA DE ESTADO DE ADMINISTRAÇÃO – SAD/MS
SECRETARIA EXECUTIVA DE LICITAÇÕES

Pergunta 2: Em um outro retorno de esclarecimento foi respondido que a estratégia de mídia e não mídia tinha que ser exclusivamente apenas as peças indicadas na ideia criativa. Porém para atender alguns indicativos dos briefings demais peças precisam ser inseridas na campanha para a entrega do objetivo final, como por exemplo peças de diversos formatos para streaming, tv conectada, apps, mega painel em rodovias e até peças de não mídia como folder etc. Poderiam nos esclarecer se realmente para a campanha simulada pode ter a inclusão de peças não exemplificadas para compor o plano simulado?

Resposta: Para a estratégia de comunicação publicitária não há exigência de limite de peças.

Pergunta 3: Dentro do portal tem uma aba SIMULAR PROPOSTA, porém no edital não fala se é preciso preencher e nem orienta sobre o preenchimento. Gostaria de solicitar explicações se nesse processo deve ser preenchido alguma informação nessa aba e se sim orientar de que forma é esse preenchimento?

Resposta: Não deverá ser preenchida.

Pergunta 4: Capacidade de Atendimento, sobre o quesito das pontuações por experiência e escolaridade, indica que receberá nota de no máximo 5 visto isso está correto entender que se eu apresentar um profissional que tenha pós-graduação e mais de 12 anos de experiência eu vou receber 5 pontos no total e não 7 se for contar a somatória? Outra dúvida essa pontuação é por funcionário ou pelo total, exemplo se apresentar 10 funcionários em diversas áreas cada um deles recebe a pontuação sua e depois soma? Ou se apresentar 10 funcionários ou 6 funcionários um por setor o total será o mesmo?

Resposta: Será limitado no máximo 5 pontos a qualificação técnica da equipe de profissionais do licitante, conforme descrito no subitem 12.2.2.1.1.1 do Edital.

Pergunta 5: Sobre o item 11.3, quesito III, foi anteriormente esclarecido que não se pode propor nenhuma outra peça além das 6 que devem estar corporificadas e que estas devem compor a totalidade da estratégia de mídia, inclusive na distribuição da

SECRETARIA DE ESTADO DE ADMINISTRAÇÃO – SAD/MS
SECRETARIA EXECUTIVA DE LICITAÇÕES

verba. Porém, pedimos novos esclarecimentos sobre o tema, agora referente à reutilização dessas peças em mais de um meio de comunicação no plano de mídia: Podemos entender que uma mesma peça pode estar presente em mais de um meio ao longo da campanha? Exemplo: a peça de TV pode veicular em TV e em meios digitais? Um anúncio pode sair no jornal impresso e em uma revista eletrônica? Além disso, é importante esclarecer se, no caso do banner, onde existe uma variação enorme de formatos em portais, mídia programática, google... será permitido apresentar uma versão na Idéia Criativa e utilizar diferentes formatos desta mesma peça no Plano de Mídia?

Resposta: o plano de mídia e não mídia deve usar as mesmas peças sugeridas da ideia criativa.

Pergunta 6: Sobre o item 11.5, o edital determina a forma como o Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada, deve ser apresentado e um dos direcionamentos é “i) sem grampo;”. Compreende-se, então, que as páginas desta via devem ser colocadas soltas, sem nenhuma encadernação, espiral, capa, contracapa... dentro do invólucro padrão?

Resposta: Sim, conforme o subitem 11.5 do Edital: ” Será vedada a aposição, ao invólucro e conteúdo destinado às informações da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, de qualquer marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação do seu proponente/autor antes ou depois da abertura do invólucro 01”

Pergunta 7: No item 9.2 do edital republicado, aparece como data de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preço no dia 23/02/2026 as 08h. Porém, como o edital foi republicado, essa data deveria ter sido alterada para 18/03/2026, conforme consta nesse site. Qual a data correta de recebimento dos invólucros?

Resposta: Constata-se erro material no item 9.2 do edital republicado, devendo prevalecer a data correta de recebimento dos invólucros em 18/03/2026, conforme divulgado no sítio oficial.

SECRETARIA DE ESTADO DE ADMINISTRAÇÃO – SAD/MS
SECRETARIA EXECUTIVA DE LICITAÇÕES

Pergunta 8: Considerando o disposto no Edital e no Anexo VII – Briefing, especialmente no que se refere ao item 8 – Recursos Próprios de Comunicação, solicitamos o seguinte esclarecimento:

O Briefing informa que a comunicação institucional da UEMS poderá utilizar, entre outros meios, materiais impressos e espaços físicos (escolas, campi, eventos) como recursos próprios de comunicação. Contudo, o referido item não apresenta o detalhamento das tipologias desses materiais impressos.

Diante disso, questiona-se:

É possível à Administração especificar quais materiais impressos compõem os recursos próprios de comunicação da UEMS (tais como revistas, jornais, folders, cartazes, banners, faixas, impressos institucionais, entre outros), bem como, se disponível, formatos e quantitativos estimados, a fim de subsidiar a correta elaboração do planejamento de comunicação e da estratégia de mídia e não mídia?

Solicitamos, por gentileza, a confirmação e o esclarecimento desse entendimento, de modo a assegurar a adequada e precisa elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, em conformidade com as exigências do instrumento convocatório.

Resposta: Considerar as instalações das 15 unidades físicas da UEMS. A utilização de canais próprios não implica custos.

Pergunta 9: No item 11.7.3. Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, tanto para os cases, quanto para as peças de repertório, o edital determina a escolha entre “jornal, Revista, Outdoor, TV, Rádio, Portal de Notícias e Post para redes sociais”.

Dúvida: para “outdoor” podemos considerar qualquer peça referente à OOH – Out of Home/mídia exterior, como abrigo de ônibus, bancas, painéis de LED...?

Resposta: Não. Limitar ao solicitado no edital.



SECRETARIA DE ESTADO DE ADMINISTRAÇÃO – SAD/MS
SECRETARIA EXECUTIVA DE LICITAÇÕES

Esclarece-se, ainda, que as alterações promovidas não impactam a formulação das propostas, razão pela qual não há necessidade de reabertura do prazo para sua apresentação, mantendo-se inalterada a data de abertura do certame.

Campo Grande - MS, 06 de fevereiro de 2026.

MARIA JULIETA GRANCE MARTINES - Mat. 84119024

Titular - Comissão Especial de Contratação

VICTOR COSTA - Mat. 130315023

Titular - Comissão Especial de Contratação

RODOLPHO SOUSA MORAES OLIVEIRA - Mat. 424298022

Presidente - Comissão Especial de Contratação