

Licitacoes PMSJS

De: Licitacoes PMSJS <licitacoes@saojoaodosul.sc.gov.br>
Enviado em: sexta-feira, 24 de abril de 2026 08:28
Para: 'Andressa Araújo'
Cc: 'Administração São João do Sul'; 'Tiago Teixeira'
Assunto: RES: LICITACOES| PM São João do Sul/SC- Pedido de Esclarecimentos

Bom Dia!

Estamos encaminhando a equipe técnica para análise e resposta/esclarecimentos.

Att,

Cacimar de Oliveira
Agente de Contratação

De: Andressa Araújo <andressa@engenhodeideias.com.br>
Enviada em: quarta-feira, 22 de abril de 2026 17:39
Para: licitacoes@saojoaodosul.sc.gov.br
Assunto: LICITACOES| PM São João do Sul/SC- Pedido de Esclarecimentos

Prezados,

Participaremos do processo de seleção para a contratação de agência de publicidade e propaganda destinada à prestação de serviços técnicos a da Prefeitura Municipal de São João do Sul e suas Secretarias e Fundos. Após a leitura do edital e seus anexos, identificamos alguns pontos que suscitaram dúvidas.

Dessa forma, encaminhamos, em anexo, documento contendo os pedidos de esclarecimento para apreciação.

Permanecemos à disposição para quaisquer informações adicionais.

Atenciosamente,

--



ANDRESSA BERTOLETTI
Analista de Licitações
☎ 51 99874 4491
🌐 engenhodeideias.com.br

 **engenho de ideias**

À
Comissão Especial de Licitação
Referente à Licitação da Prefeitura Municipal de São João do Sul

Questionamentos

Prezados,

Participaremos do processo de seleção para a contratação de agência de publicidade e propaganda destinada à prestação de serviços técnicos da Prefeitura Municipal de São João do Sul e suas Secretarias e Fundos. Após a leitura da concorrência pública nº 17/2026, identificamos alguns pontos que suscitaram dúvidas.

- 1) Não foi identificado no edital um direcionamento sobre a aplicação da marca oficial ou do brasão nas peças. Há alguma diretriz específica a ser seguida? Será disponibilizado um Manual de Identidade Visual para consulta?
- 2) Ainda em relação às marcas oficiais: há algum local onde podemos fazer o download dos arquivos corretos para utilização nas peças?
- 3) O item 8.2.3 indica que as peças da Ideia Criativa podem ser apresentadas “sob a forma de roteiros e textos digitados ou sob a forma de layouts, storyboards, monstros de rádio, etc.”. Por “etc.”, podemos entender que qualquer forma de apresentação das peças (como mockups, animatics e outros) será aceita?
- 4) O item 8.2.4, Estratégia de Mídia e Não Mídia, informa que o quadro resumo deve prever custos nominais de produção e de veiculação. Em contrapartida, o item 9.1 do Briefing solicita que devem ser considerados os custos de produção e de veiculação, mas também de criação. Podemos entender que a informação do briefing está equivocada e que, até mesmo em virtude da verba disponível para a campanha, as licitantes **NÃO** devem considerar custos de criação?
- 5) Sobre a apresentação do Plano de Comunicação Publicitária, será aceito iniciar cada subquesto (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Estratégia de Mídia e Não Mídia) em nova página?
- 6) O item 12.1.1.2, letra “g”, informa a posição da numeração das páginas, mas não a fonte ou tamanho a serem considerados. Podemos entender que a numeração das páginas deve seguir o mesmo padrão do restante do texto, ou seja, Arial 12?
- 7) O Briefing indica que o público-alvo da campanha é formado por “Toda a população de São João do Sul e região”. Da mesma forma, a praça de veiculação foi estipulada como “O município de São João do Sul e região”. Para que não hajam dúvidas ou divergências em relação ao escopo da campanha, questionamos: o que as licitantes devem considerar como “região”? Há alguma definição quanto a isso ou fica a critério das agências?

8) O edital não traz nenhuma informação sobre a apresentação das peças em si. Por essa razão, questionamos:

- a) As peças podem ser apresentadas soltas fora do caderno?
- b) Podem ser apresentadas em formato maior que A4, como A3?
- c) Podem ser apresentadas em papel especial?
- d) Podem ser apresentadas em papel de qualquer gramatura?
- e) Podem ser apresentadas em suporte ou passe-partout?
- f) Elas devem trazer uma indicação sucinta sobre o descritivo da peça (ex.: cartaz)?

9) O edital também deixa em aberto algumas questões referentes à apresentação das planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia. Assim, questionamos:

- a) As planilhas podem ser apresentadas em A3 dobrado?
- b) Podem ser apresentadas na orientação paisagem?
- c) Podem ser apresentadas em cores?
- d) Podem ser apresentadas com qualquer formatação de margem?

10) Que data deve ser considerada para a vigência das tabelas de preços dos veículos, considerando a Estratégia de Mídia e Não Mídia?

11) Na Estratégia de Mídia e Não Mídia, as licitantes poderão incluir mídia paga em canais que não apresentam valor tabelado, como redes sociais (Facebook, Instagram, etc.), programática e redes de pesquisa (Google)? Caso afirmativo, devem ser consideradas a compra via fornecedor, ou compra direto com a Plataforma (Google, Facebook)?

12) Está correto o entendimento de que a Estratégia de Mídia e Não Mídia pode considerar, para a campanha completa, mais peças além das 5 que serão exemplificadas na Ideia Criativa?

Porto Alegre, 22 de abril de 2026.

E-mail indicado para o recebimento das respostas:
andressa@engenhodeideias.com.br