

**EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 125/2026 PMT**

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA E/OU PUBLICIDADE PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, CORRESPONDENTES AO ESTUDO, AO PLANEJAMENTO, À CONCEITUAÇÃO, À CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO E A DISTRIBUIÇÃO DE TODA MENSAGEM OU PEÇA PUBLICITÁRIA AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO; À CRIAÇÃO E AO DESENVOLVIMENTO DE FORMAS INOVADORAS DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, EM CONSONÂNCIA COM NOVAS TECNOLOGIAS, VISANDO À EXPANSÃO DOS EFEITOS DAS MENSAGENS E DAS AÇÕES PUBLICITÁRIAS; ELABORAÇÃO E REGISTRO DE MARCAS, EXPRESSÕES DE PROPAGANDA, LOGOTIPOS E DE OUTROS ELEMENTOS IDENTIFICADORES, BEM COMO PROGRAMAÇÃO VISUAL; EXECUÇÃO DE AÇÕES DE CONSULTORIA TÉCNICA; EXECUÇÃO DE SERVIÇOS DE PROGRAMAÇÃO VISUAL, DE SERVIÇOS DE PROMOÇÃO, NÃO COMPREENDIDOS COMO APOIOS E PATROCÍNIOS (EM CONFORMIDADE AO DISPOSTO NO DECRETO Nº 9.994, DE 22 DE MAIO DE 2013); E DEMAIS SERVIÇOS INERENTES À ATIVIDADE PUBLICITÁRIA, DESTINADOS AO ATENDIMENTO DAS NECESSIDADES DE COMUNICAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO MUNICIPAL.

RESPOSTA AO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO

Nos termos do artigo 119, do Decreto Municipal nº 6770, de 09 de março de 2023, segue abaixo questionamento realizado ao Edital acima informado, bem como a respectivas respostas:

PERGUNTA 01

1) O item 6.1.4 informa que, junto ao envelope para a via não identificada, também será disponibilizado um pen drive contendo a tabela do Anexo Único. Essa tabela será disponibilizada exclusivamente neste pen drive ou poderá ser obtida de alguma outra forma, como por e-mail ou publicada como anexos do edital?

RESPOSTA: O edital estabelece expressamente no item 6.1.4 que o Envelope nº 1 será fornecido previamente pelo Município, através da Central de Licitações, "juntamente com um pen drive contendo a tabela Anexo Único".

O item 7.5, alínea "d", reforça que o pen drive com o modelo da tabela a ser preenchida será "fornecido, conjuntamente com a entrega do Envelope nº 1 (conforme data publicada)".

Os documentos não preveem expressamente o envio desse arquivo específico por e-mail.

O edital menciona, na seção de Anexos (item 25.1), que os arquivos dos Anexos I e II estão disponíveis no site do portal da transparência por limitação de tamanho. Contudo, a regra explícita para o Anexo Único (tabela da Via Não Identificada) exige a retirada presencial na Central de Licitações.

PERGUNTA 02

2) O item 6.2.3 informa que não serão permitidas linhas em branco no decorrer da Proposta Técnica. Está correto o entendimento de que cada subquestito (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação





Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia) deverá iniciar logo na sequência do outro, não sendo permitido, portanto, que sejam iniciados em nova página?

RESPOSTA: O entendimento está correto.

O item 6.2.3 do edital determina que "não serão permitidas linhas em branco no decorrer da Proposta Técnica - Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada".

O item 6.2.1, alínea "f", corrobora essa instrução exigindo formatação "sem linhas em branco".

Devido a essas vedações rigorosas, a digitação do documento deve ser contínua. Os subquestos devem iniciar na sequência uns dos outros, não sendo permitido inserir espaços em branco ou forçar quebras de página que contrariem esta regra.

PERGUNTA 03

3) Está correto o entendimento de que a limitação de 6 (seis) peças se refere UNICAMENTE à Ideia Criativa, e que a Estratégia de Mídia e Não Mídia pode prever mais peças além dessas 6 (seis)?

RESPOSTA: O entendimento está correto.

O edital impõe a limitação de, no máximo, seis peças (três por tipo de mídia e três por tipo de não mídia) exclusivamente no item 7.3, que trata do quesito "Ideia criativa".

Já para o item 7.4, referente à "Estratégia de mídia e não mídia", a exigência é demonstrar os planos de distribuição de "todas as peças previstas na campanha".

Não há imposição textual de limite de peças na Estratégia de Mídia e Não Mídia, desde que o recorte apresentado para a Ideia Criativa respeite estritamente o limite estabelecido no item 7.3.

PERGUNTA 04

4) O item 6.2.1, letra "n", informa que a abertura do texto da proposta com Raciocínio Básico deve ser escrita na segunda linha. Está correto o entendimento de que a primeira linha deve ficar em branco? Caso não deva ficar em branco, o que deve constar nessa linha?

RESPOSTA: O edital determina no item 6.2.1, alínea "n", que a "abertura do texto da proposta com Raciocínio Básico, escrito na segunda linha, na margem esquerda".

Embora a alínea "f" do mesmo item e o item 6.2.3 proíbam linhas em branco, o item 6.2.3 esclarece pontualmente que essa proibição se aplica "no decorrer da Proposta Técnica".

Sendo assim, para cumprir a regra da alínea "n", a primeira linha do documento deve ser mantida vazia, iniciando-se a digitação do texto apenas na segunda linha da página.





PERGUNTA 05

5) Sobre o preenchimento da tabela do item 8.6:

- a) Está correto o entendimento de que não é obrigatório preencher todas as linhas da tabela? Ou seja, as licitantes podem definir as peças conforme sua própria estratégia?
- b) Caso o entendimento da questão acima esteja correto, o que deve ser feito com a linha referente a um meio não utilizado? Por exemplo: se a licitante não inserir "Outdoor" em sua estratégia, a linha deverá permanecer em branco?
- c) Se a licitante utilizar um meio que não está listado (como "Revista", por exemplo), onde deverá ser inserida essa informação?
- d) Na coluna "Peças", deve ser informada a quantidade de peças criadas ou peças produzidas/inserções?
- e) O que deverá ser informado na linha "Percentual"?

RESPOSTA: Nota de correção material: As regras para preenchimento da tabela referida ("Resumo de investimento da campanha") estão contidas no item 7.5 do Edital, e não no item 8.6.

a) e b) Manutenção das linhas e campos não utilizados: A tabela deve ser integralmente preenchida. O item 7.5, alínea "c", estabelece que a tabela "não poderá ser alterada quanto a sua estrutura e nomenclatura de seus itens" e "deverá ser preenchida apenas com números com a formatação 0.000,00". Se um meio de comunicação não for utilizado na estratégia da licitante, a linha respectiva não poderá ser deletada ou deixada em branco, devendo ser preenchida com o valor "0,00".

c) Meios de comunicação não listados: Como a regra define que a tabela "não poderá ser alterada quanto a sua estrutura e nomenclatura de seus itens", a licitante fica impossibilitada de inserir novas linhas e nomenclaturas (como "Revista"). A estratégia deve ser adaptada à estrutura do modelo fornecido no pen drive.

d) e e) Colunas "Peças" e "Percentual": O Edital e o Termo de Referência não detalham orientações de natureza puramente metodológica para a quantificação de "Peças" e "Percentual" nestas colunas específicas. A regra estabelecida limita-se a informar que a tabela tem por objetivo o "cálculo da distribuição dos custos de produção e veiculação da campanha simulada" e reitera a exigência técnica de que deve ser preenchida "apenas com números com a formatação 0.000,00". A licitante deverá observar rigorosamente esse formato na distribuição de sua proposta.

PERGUNTA 06

Na qualidade de representante de empresa com interesse no edital supracitado, questiono o seguinte: A apresentação da proposta técnica deve conter peças (ex: anúncios, vídeos, etc.) ou se é mesmo somente a descrição da estratégia e a ideia criativa por escrito?

RESPOSTA: Respondendo ao seu questionamento com base nas regras do Edital, a resposta depende de qual envelope da Proposta Técnica estamos falando. O documento faz uma distinção clara entre a Campanha Simulada e o Portfólio/Repertório da agência.

Abaixo, detalho as exigências para cada caso:

www.timbo.sc.gov.br





1. Plano de Comunicação / Campanha Simulada (Envelopes nº 1 e 2)

Para a apresentação da campanha inédita solicitada no briefing (Ideia Criativa e Estratégias), não devem ser enviadas peças reais (vídeos, imagens ou gráficos). A apresentação deve ser exclusivamente por escrito.

O item 6.2.4 determina expressamente que o plano "deverá ser descrito sob a forma de roteiros e textos e não poderá ter tabelas, gráficos, sombreados, destaques ou outros elementos".

O item 7.3 reforça que a Ideia Criativa deve ser "expressa sob a forma de uma redução de mensagem, descritas sob a forma de roteiros e textos, limitadas a seis".

O item 7.3.1 é taxativo ao afirmar: "Não será admitido, para este quesito, a apresentação de leiaute".

2. Repertório e Relatos de Soluções (Envelope nº 3)

Por outro lado, no momento de comprovar a experiência da agência através de trabalhos passados (o portfólio), a apresentação de peças reais é obrigatória.

O item 10.1 exige a apresentação de trabalhos "efetivamente produzidos e veiculados pela licitante, constituído de uma campanha publicitária completa".

Neste envelope específico, os vídeos, spots e/ou jingles devem ser entregues em um pen drive (em formato MP4 para vídeos e MP3 para áudios).

O material gráfico do repertório também deve ser apresentado fisicamente, na forma original ou através de reduções.

Em resumo: para a Ideia Criativa (campanha simulada), use apenas textos e roteiros. Para o Repertório (campanhas já veiculadas por seus clientes), utilize arquivos de mídia e materiais gráficos físicos.

AINÁ VITAL

Presidente – Comissão de Contratação

RAPHAEL CARRASCO GARCIA

Assessor Institucional de Comunicação Social

