

RESPOSTA AO ESCLARECIMENTO SEI - SAP.GAB/SAP.DCO/SAP.LCT**CONCORRÊNCIA Nº 023/2026****EDITAL SEI Nº 28020286/2026 - SAP.LCT**

Objeto: Prestação de serviços de publicidade e propaganda para atender as demandas de comunicação institucional de interesse público da Administração Municipal.

Pedido de Esclarecimento 20 (Sei nº 28630911) - Recebido em 03 de março de 2026, às 13h41.

Questionamento 1: *"Conforme o briefing, o período de duração das campanhas simuladas deve ser de 20 dias (lote 1) e 15 dias (lotes 2 a 5). Entretanto, alguns meios e veículos de mídia têm periodicidade fechada de contrato, não sendo possível recorte em 15 ou 20 dias. É o caso, por exemplo, de revistas mensais, bimestrais e trimestrais ou de formatos de OOH com veiculação mensal. Diante desse cenário, perguntamos: será admitida a inserção de formatos cuja periodicidade seja superior ao período em questão do lote, como nos casos citados?"*

Resposta: Conforme manifestação da Secretaria requisitante, através do Memorando SEI nº 28637704/2026 - SECOM.GAB: *"Conforme estabelece a regra do certame para a formulação do Plano de Comunicação, em seu item 8.6, alínea 'a': "...o período máximo de veiculação constante no respectivo lote, especificado no Briefing, deverá ser obedecido". Dessa forma, a licitante deverá planejar sua estratégia selecionando meios e formas de contratação que respeitem o limite temporal exigido. A título de detalhamento da compreensão sobre os casos citados, um anúncio publicado em uma revista, desde que sua publicação seja feita durante o período de veiculação da campanha, pode ser considerado, uma vez que depois de publicado não há como interromper sua circulação; já a contratação dos meios OOH, considerando que há possibilidade de ser feita por dia, semana ou quinzena (para meios digitais) ou ainda por bissemanas (para meios físicos), deve ser considerada a contratação destas formas."*

Questionamento 2: *"Considerando a estratégia de mídia, será permitido sugerir a criação e/ou abertura de perfis da Prefeitura de Joinville em plataformas de redes sociais nas quais a Prefeitura não possui conta hoje? Ou as licitantes devem restringir suas estratégias aos perfis já existentes?"*

Resposta: Conforme manifestação da Secretaria requisitante, através do Memorando SEI nº 28637704/2026 - SECOM.GAB: *"O Edital não veda esse tipo de proposição. Dessa forma, a licitante tem liberdade criativa e estratégica para propor a utilização de novas plataformas ou redes sociais nas quais a Prefeitura ainda não possua perfil oficial. Contudo, essa proposição deve ser devidamente justificada no texto da Estratégia, demonstrando a pertinência, a aderência ao público-alvo e o alinhamento com os objetivos de comunicação definidos no Briefing."*

Questionamento 3: *"A publicação de resposta referente a como considerar a quantidade de peças de um carrossel gerou dúvidas. Foi informado que deve ser considerada a classificação constante na tabela do SINAPRO, com a contagem sendo feita por tela. Porém, essa classificação impede que as licitantes exemplifiquem na Ideia Criativa um carrossel de quatro telas, por exemplo, pois seria contabilizado como quatro peças, portanto além do limite estabelecido. O que comumente ocorre em editais dessa natureza é que o carrossel seja considerado uma peça única, mas sua precificação para custos internos de criação seja feita por tela. Para dirimir qualquer dúvida, questionamos:*

a) Um carrossel (independentemente do número de telas) poderá ser considerado como uma peça única, desde que cada tela seja devidamente precificada? (1 carrossel de X telas = 1 peça) b) Ou a contagem do número de peças do carrossel deverá ser feita conforme a quantidade de telas? (1 carrossel de X telas = X peças)"

Resposta: Conforme manifestação da Secretaria requisitante, através do Memorando SEI nº 28637704/2026 - SECOM.GAB: *"O entendimento correto é o exposto na alínea 'a', devendo-se observar a distinção da avaliação criativa para a orçamentação. A título de detalhamento da compreensão, um carrossel, desde que siga a lógica de uma sequência narrativa e visual de telas, poderá ser considerado como uma peça única para fins de contabilização do limite de peças exigido no quesito Ideia Criativa. O mesmo princípio se aplica, por exemplo, a um folder, já que se trata de um único material (uma peça), ainda que contenha mais de uma página. Contudo, para fins de orçamentação e preenchimento dos Custos Internos, a licitante deverá observar rigorosamente as métricas de cobrança da Tabela Referencial do SINAPRO/SC 42. Assim, embora o conjunto*

de telas que forma um carrossel seja considerado como uma única peça, cada tela deverá ser precificada individualmente; da mesma forma que, no caso de um folder, deverá ser considerado o valor por página, conforme estabelecido na Tabela Referencial."

Pedido de Esclarecimento 21 (Sei nº 28635563) - Recebido em 03 de março de 2026, às 16h39.

Questionamento: "Conforme a resposta ao Pedido de Esclarecimento nº 14 (SEI nº 28581838), considerando que as tabelas dos veículos são apresentadas em valor bruto, já incluindo o desconto-padrão de 20% da agência, pergunta-se: Se for lançado o valor bruto da veiculação na coluna "Terceiros" e, na coluna "Honorários", forem lançados 20% sobre a veiculação mais 15% sobre a produção externa, o "Valor Total" da planilha estará considerando os 20% da agência de forma duplicada?"

Resposta: Conforme manifestação da Secretaria requisitante, através do Memorando SEI nº 28637719/2026 - SECOM.GAB: "Não há previsão para o lançamento nem para a contabilização de valores duplicados, desde que observada a lógica de preenchimento e de soma da planilha. Para tanto, a licitante deve lançar os valores da seguinte forma: - Na coluna "Terceiros", deve ser lançado o valor líquido da veiculação (ou seja, o valor da tabela do veículo deduzido o desconto-padrão de 20%). - Na coluna "Honorários", deve ser lançado o valor correspondente ao desconto-padrão de 20% da agência incidente sobre o valor da veiculação, somado aos eventuais honorários de 15% incidentes sobre a produção externa, quando houver. Dessa forma, as linhas de totalização na parte inferior da tabela ("Total dos custos de produção", "Total dos custos de veiculação (incluindo o desconto da agência)" e "TOTAL GERAL") devem corresponder à soma efetiva e real dos valores desmembrados ao longo das colunas, sem gerar nenhum tipo de duplicidade na composição dos custos."

Aline Mirany Venturi Bussolaro

Presidente da Comissão Especial de Licitação - Portaria nº 32/2026



Documento assinado eletronicamente por **Aline Mirany Venturi Bussolaro, Servidor(a) Público(a)**, em 05/03/2026, às 08:36, conforme a Medida Provisória nº 2.200-2, de 24/08/2001, Decreto Federal nº 8.539, de 08/10/2015 e o Decreto Municipal nº 21.863, de 30/01/2014.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site <https://portalsei.joinville.sc.gov.br/> informando o código verificador **28657287** e o código CRC **572BE3AF**.

Avenida Hermann August Lepper, 10 - Bairro Saguauçu - CEP 89221-005 - Joinville - SC - www.joinville.sc.gov.br

25.0.245082-3

28657287v2