

RESPOSTA A PEDIDO DE ESCLARECIMENTO N.º 01

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 01/2026 PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 215/2026 – SOLICITAÇÃO N.º 641/2026/COMUNICAÇÃO

Órgão Licitante	Município de Lages/SC – Central de Compras / Secretaria Municipal da Administração
Unidade Requisitante	Coordenação de Comunicação Institucional
Objeto	Contratação de 1 (uma) agência de propaganda para prestação contínua, integrada e sob demanda de serviços de publicidade ao Município de Lages, conforme o Termo de Referência (Anexo I).
Fundamento Legal	Art. 164 da Lei Federal n.º 14.133/2021, Lei Federal n.º 12.232/2010 e item 4 do Edital de Concorrência Presencial n.º 01/2026.
Divulgação Oficial	Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e sítio eletrônico oficial do Município de Lages (https://licitacoes.lages.sc.gov.br/detalhe&edital=2904), sem identificação do solicitante (item 4.6 do Edital).

A Comissão de Contratação e a Coordenação de Comunicação Institucional do Município de Lages, no uso de suas atribuições legais e regulamentares, com fundamento no art. 164 da Lei n.º 14.133/2021 e no item 4 do Edital de Concorrência Presencial n.º 01/2026, tornam públicas as respostas ao Pedido de Esclarecimento tempestivamente apresentado por interessado no certame. Em estrita observância ao item 4.6 do Edital, as respostas são divulgadas sem a identificação do solicitante, passando a integrar o instrumento convocatório para orientação vinculante de todas as licitantes.

I. APRESENTAÇÃO DA VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (INVÓLUCRO N.º 1)

Questão 1 – Elementos gráficos nos textos dos quesitos
O item 1.1, alínea 'e', do Anexo III exige texto em fonte Arial, corpo 12, cor preta, com negrito apenas em títulos e entretítulos. O item 1.2 admite fonte livre apenas para tabelas, planilhas e gráficos da simulação do plano de distribuição. Solicita-se esclarecer:

1. São admitidos, nos textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária, da Ideia Criativa e da Estratégia de Mídia e Não Mídia: tabelas, quadros, gráficos, imagens, listas com marcadores e itálico?
2. Em caso positivo, esses elementos podem usar cores e fonte diversa de Arial 12?
3. Gráficos e tabelas fora da simulação contam no limite de páginas do respectivo quesito?

RESPOSTA: 1. Nos termos do art. 6.º, IX e XI, da Lei n.º 12.232/2010 e dos itens 1.1, alínea 'e', e 1.2 do Anexo III do Edital, os textos dos quesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia devem observar estritamente a

ESTADO DE SANTA CATARINA
MUNICÍPIO DE LAGES
SECRETARIA MUNICIPAL DA ADMINISTRAÇÃO – CENTRAL DE COMPRAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

padronização formal: texto em fonte Arial, corpo 12, cor preta, espaçamento simples entre linhas, alinhamento justificado e sem recuos de parágrafo, admitindo-se negrito somente em títulos e entretítulos. Não é admitido o uso de itálico, cores, imagens, ilustrações, quadros ou gráficos no corpo textual desses quesitos, a fim de preservar a padronização e o absoluto anonimato da via não identificada (art. 6.º, XII e XIV, da Lei n.º 12.232/2010; item 8.4.2 do Termo de Referência; item 12.6, 'a' e 'b', do Edital; e item 1.1, 'g', do Anexo III). Enumerações textuais simples (por alíneas, algarismos ou hifens padrão na própria fonte Arial, corpo 12, cor preta, sem símbolos ou marcadores gráficos personalizados) são admitidas.

2. e 3. A apresentação de tabelas, planilhas e gráficos com fonte livre é admitida exclusivamente na Simulação do Plano de Distribuição (item 1.2 do Anexo III do Edital), a qual não possui limite de páginas, desde que perfeitamente legível e sem qualquer elemento identificador da autoria (art. 6.º, XI, da Lei n.º 12.232/2010).

Questão 2 – Cômputo dos limites de páginas
O item 1.2 do Anexo III fixa limites por quesito, sem indicar quais páginas são computadas. Solicita-se esclarecer:

1. Capa, contracapa, folhas de rosto e eventuais páginas separadoras entre quesitos são computadas nos limites?
2. A relação de peças da Ideia Criativa está contida nas 3 (três) páginas desse quesito?
3. Caso a resposta anterior seja negativa, há algum outro limite do número de páginas para apresentação das peças?
4. A simulação do plano de distribuição deve ser inserida imediatamente após o texto da Estratégia de Mídia e Não Mídia ou pode ser apresentada em nova página, ao final do caderno?

RESPOSTA: 1. A capa e a contracapa (em papel A4 branco, com gramatura entre 75 e 90 g/m², sem nenhuma inscrição, conforme item 1.1, 'b', do Anexo III) não são numeradas nem computadas nos limites de extensão. Conforme o item 1.1, 'f', do Anexo III, as páginas são numeradas em algarismos arábicos, no centro da margem inferior, a partir da primeira página interna. Não devem ser utilizadas folhas de rosto ou páginas separadoras entre os quesitos.

2. Sim. Conforme expressamente estabelecido na tabela do item 1.2 do Anexo III do Edital ('Ideia Criativa – texto e relação de peças: até 3 (três) páginas, sem contar os exemplos de peças'), a relação de peças está contida dentro do limite máximo de 3 (três) páginas desse quesito.

3. Prejudicado em razão da resposta positiva ao subitem anterior. Quanto aos exemplos de peças e/ou materiais que corporificam a Ideia Criativa, observa-se o limite de até 10 (dez) exemplos previsto no item 9.2, 'c', do Edital e no item 1.3 do Anexo III, os quais não são computados no limite de 3 (três) páginas de texto.

4. A Simulação do Plano de Distribuição integra o caderno único da via não identificada (item 1.1 do Anexo III) e deve ser encadernada na sequência do texto da Estratégia de Mídia e Não Mídia, podendo iniciar-se em nova página imediatamente subsequente, ao final do caderno.

Questão 3 – Acondicionamento das peças, espiral e pen drive

O item 1.1 do Anexo III exige caderno único encadernado com espiral, e o item 1.3 determina que as peças sejam apresentadas soltas e sem suporte, e as digitais em pen drive 'sem marca'. Solicita-se esclarecer:

1. Os exemplos de peças devem ser acondicionados soltos no Invólucro n.º 1, fora do caderno espiral?
2. A marca do fabricante gravada no corpo do pen drive caracteriza elemento identificador? A licitante deve usar pen drive totalmente liso?
3. A colocação da espiral deve ser no lado esquerdo das páginas?

RESPOSTA: 1. Sim. Conforme o item 8.3, 'b', do Edital e os itens 1.1 e 1.3, 'a', do Anexo III, os textos dos quesitos e a simulação do plano de distribuição compõem o caderno único encadernado

ESTADO DE SANTA CATARINA
MUNICÍPIO DE LAGES
SECRETARIA MUNICIPAL DA ADMINISTRAÇÃO – CENTRAL DE COMPRAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

com espiral preto, enquanto os exemplos de peças impressas da Ideia Criativa devem ser apresentados soltos e sem suporte (em papel A4 ou A3 dobrado em A4), acondicionados no interior do Invólucro n.º 1, fora do caderno espiral.

2. A exigência de pen drive 'sem marca' (item 1.3, 'b', do Anexo III) tem por finalidade vedar a utilização de dispositivos que contenham logótipos de agências, etiquetas, adesivos, inscrições personalizadas ou características peculiares que permitam identificar a licitante (item 8.3, 'c', do Edital e item 8.4.2 do Termo de Referência). Recomenda-se a utilização de dispositivo liso/neutro; a eventual presença de inscrição padrão de fábrica do fabricante do componente eletrônico não ensejará desclassificação desde que seja comum de mercado e não configure sinal ou elemento capaz de identificar, direta ou indiretamente, a autoria da proposta.

3. Sim. Como o item 1.1, 'a', do Anexo III exige orientação retrato, a espiral preta deve ser colocada no lado esquerdo das páginas.

Questão	4	–	Contagem	dos	exemplos	de	peças
	<i>O item 9.2, alínea 'c', do Edital e o item 1.3 do Anexo III limitam os exemplos a 10 (dez), excluídas 'reduções e variações de formato'. Solicita-se esclarecer:</i>						
	1. Uma mesma peça audiovisual apresentada em storyboard impresso e também em arquivo MP4 conta como	1	(um)	ou	2	(dois)	exemplos?
	2. Peças em série ou em sequência (carrossel, série de posts, conjunto de mídia exterior com a mesma criação)	contam	como	1	(um)	exemplo?	
	3. O que se entende por 'variações de formato', para fins de exclusão da contagem?						
	4. A relação de peças do texto da Ideia Criativa pode listar mais itens do que os 10 (dez) exemplos efetivamente apresentados?						

RESPOSTA: **1.** Se tratar exatamente do mesmo material/peça audiovisual, será considerado apenas 1 (um) exemplo, devendo a licitante observar que a apresentação em ficheiro MP4 utiliza 1 (uma) das 3 (três) vagas admitidas para exemplos em meio digital (item 1.3 do Anexo III).

2. Uma peça composta por quadros sequenciais indivisíveis que formam uma única publicação/inserção (como um único post em formato carrossel) conta como 1 (um) exemplo. Já peças apresentadas em formatos diferentes ou publicações/inserções autônomas (como uma série de posts independentes ou conjuntos distintos) serão contabilizadas individualmente, mesmo quando forem adaptações de uma mesma linha criativa.

3. Nos termos do item 1.3 do Anexo III, 'reduções e variações de formato' referem-se a desdobramentos dimensionais ou de duração de uma mesma peça matriz dentro da mesma natureza de meio (ex.: redução de duração de um mesmo vídeo ou adaptação de dimensão de um mesmo banner), enquanto os diferentes meios e veículos utilizados para veicular as peças da campanha (como outdoor, empena, VT para televisão, VT para web, publicações em redes sociais, spot e jingle) constituem peças autônomas e são contabilizadas individualmente no limite de até 10 (dez) exemplos.

4. Sim. A relação de peças constante do texto da Ideia Criativa (item 9.2, 'c', do Edital) pode listar todas as peças e materiais concebidos para a campanha simulada e contemplados na simulação do plano de distribuição, enquanto os exemplos físicos/digitais apresentados ficam limitados a até 10 (dez) exemplos, respeitadas as exigências e os limites estabelecidos no item 1.3 do Anexo III.

Questão	5	–	Uso	de	slogan	ou	frase-padrão
	<i>Caso haja, na linha criativa proposta pela agência, o uso de slogan ou frase-padrão, o mesmo deve ser</i>						

orçado como item individual de criação ou estará, no entendimento da comissão, incluído na concepção da ideia criativa, sem custo?

RESPOSTA: Caso a agência proponha um novo slogan ou frase-padrão, ainda não utilizado pelo Município, este deverá ser orçado como um item individual de criação segundo a tabela referencial adotada na simulação, dentro do limite da verba referencial de R\$ 650.000,00 (item 9.3 do Edital e item 1.4 do Anexo III).

Questão 6 – Formatos de peças digitais
O item 1.3, alínea 'b', do Anexo III admite apenas os formatos MP3, MP4 e PDF. Solicita-se esclarecer se peças interativas (site, aplicativo, filtro de realidade aumentada, jogo) podem ser apresentadas em PDF navegável ou em vídeo demonstrativo em MP4, e se esses formatos são excludentes de outros.

RESPOSTA: Sim. O PDF navegável continua sendo considerado um ficheiro PDF, assim como o vídeo demonstrativo permanece no formato MP4, atendendo integralmente aos formatos de leitura universal previstos no item 1.3, alínea 'b', do Anexo III do Edital (MP3, MP4 ou PDF), os quais são taxativos e excludentes de quaisquer outros formatos de ficheiro digital.

II. SIMULAÇÃO DO PLANO DE DISTRIBUIÇÃO

Questão 7 – Parâmetros de remuneração e de custos internos na simulação
O item 9.3 do Edital, o item 1.4 do Anexo III e o item 13.11.3 do Termo de Referência determinam que a verba referencial de R\$ 650.000,00 abranja criação, produção, veiculação e remuneração da agência, e que a simulação apresente a remuneração da agência e os valores de veiculação a preço de tabela cheia. Como a via não identificada não pode antecipar elementos da proposta de preços (Invólucro n.º 4), e para que todas as licitantes partam da mesma base, solicita-se esclarecer:

1. A tabela referencial do SINAPRO/SC foi substituída pela Lista Referencial de Valores Nacional da Fenapro (Federação Nacional das Agências de Propaganda), em conjunto com os Sinapros estaduais. Diante disso, pergunta-se: devemos adotar, na campanha simulada, valores da última tabela Sinapro vigente (42) ou a nova lista referencial?
2. É correto o entendimento de que, para fins da campanha simulada, deve ser considerada a remuneração da agência sobre veiculação da ordem de 20%, sem descontos ou repasses ao anunciante?

RESPOSTA: 1. Conforme previsto no Edital (item 9.3 e item 1.4 do Anexo III), para fins de padronização e comparabilidade isonômica na campanha simulada (Invólucro n.º 1), deverá ser adotada a tabela referencial do SINAPRO/SC vigente (Tabela 42), pelos seus valores cheios de tabela (sem aplicação de descontos).

2. Sim, está correto o entendimento. Para fins da campanha simulada (item 1.4 do Anexo III), deve ser considerada a remuneração padrão da agência sobre veiculação da ordem de 20% (desconto-padrão de agência), com valores de veiculação a preço de tabela cheia vigente, sem aplicação de descontos comerciais, honorários reduzidos ou repasses ao anunciante que constituam objeto da Proposta de Preços (Invólucro n.º 4).

Questão 8 – Meios próprios do Município e ações em eventos
O item 9 do Briefing indica, como recursos que podem complementar a campanha, o portal, os perfis oficiais, os canais digitais e os eventos e ações institucionais, culturais e turísticos promovidos pelo Município. Os itens 1.3.1, alínea 'c', e 10.4.4 do Termo de Referência excluem do objeto a organização e a execução operacional de eventos. Solicita-se esclarecer:

1. Os meios próprios do Município podem constar na simulação sem custo de veiculação, apenas com eventuais custos de produção?

ESTADO DE SANTA CATARINA
MUNICÍPIO DE LAGES
SECRETARIA MUNICIPAL DA ADMINISTRAÇÃO – CENTRAL DE COMPRAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

2. Peças e ações de não mídia veiculadas ou instaladas em eventos municipais já existentes são admitidas na simulação, desde que não envolvam custos de organização, estrutura ou atrações do evento?

RESPOSTA: 1. Sim. Os recursos e canais próprios de comunicação do Município (item 9 do Briefing – Anexo II) referem-se a espaços que já pertencem ao Município, não gerando custos de veiculação na simulação, mas apenas os eventuais custos de criação e produção das peças a eles destinadas.

2. Sim. Peças publicitárias e ações de não mídia veiculadas, distribuídas ou instaladas em eventos municipais já existentes são admitidas na simulação, desde que restritas às atividades de comunicação publicitária e que não envolvam custos de organização, estrutura, logística ou atrações do evento, em conformidade com o item 1.3 do Edital e com os itens 1.3.1, 'c' e 'd', e 10.4.4 do Termo de Referência (Anexo I).

Questão 9 – Período da campanha hipotética
O item 6 do Briefing fixa duração de até 30 (trinta) dias e atribui à licitante a definição do período. O item 1.4 do Anexo III exige valores de tabela vigentes na data de apresentação da proposta. A data comemorativa dos 260 anos (22 de novembro de 2026) é anterior à Sessão Pública n.º 1 (4 de dezembro de 2026). Solicita-se esclarecer se a licitante pode posicionar a campanha hipotética em qualquer período, inclusive com datas já transcorridas na data da entrega, desde que utilize as tabelas vigentes na data da proposta.

RESPOSTA: Sim. Conforme o item 9.5 do Edital, o item 8.3.4 do Termo de Referência (Anexo I) e os itens 1.2, 6 e 13 do Briefing (Anexo II), trata-se de uma campanha hipotética, exclusivamente avaliativa, que não será veiculada. Portanto, a licitante pode posicionar o período de até 30 (trinta) dias da campanha hipotética em qualquer período que julgar estrategicamente adequado para o alcance dos objetivos de comunicação (inclusive abrangendo a data histórica de 22 de novembro de 2026 referida no item 1.1 do Briefing), desde que utilize, na simulação do plano de distribuição, os preços de tabela cheia vigentes na data de apresentação da proposta (item 1.4 do Anexo III).

III. PROPOSTA DE PREÇOS E REMUNERAÇÃO DA AGÊNCIA

Questão 10 – Remuneração sobre veiculação e distribuição sem desconto-padrão
O item 8.7.1, alínea 'c', do Termo de Referência prevê, entre os componentes da proposta de preços, 'honorários aplicáveis a serviços especializados em que não haja concessão do desconto-padrão de agência', e o item 12.5.9 admite honorário sobre veiculação em 'hipótese expressa' prevista no edital. O Edital, porém, não criou quesito correspondente (item 10.1) e estabelece que não haverá cobrança de honorários sobre os custos de veiculação (itens 10.3 e 20.2, alínea 'c'). Diversas plataformas digitais e meios de não mídia não concedem desconto-padrão de agência, de modo que o planejamento, a operação, o monitoramento e a comprovação dessas ações ficariam sem remuneração prevista. Solicita-se esclarecer:

1. Como será remunerada a agência pela veiculação e distribuição em plataformas, veículos e meios que não concedem desconto-padrão de agência?
2. A ausência, no Edital, do componente previsto no item 8.7.1, alínea 'c', do Termo de Referência foi intencional?
3. Nessas hipóteses, incide o percentual de honorários do Quesito P2 sobre o valor da veiculação ou distribuição?

RESPOSTA: 1. e 2. Sim, a estrutura de quesitos do Edital foi intencional e consolidada. O item 8.7.1 do Termo de Referência elenca em tese os componentes passíveis de adoção ('incluindo, conforme definido no edital...'), e o próprio item 8.7.8 do Termo de Referência (Anexo I – Revisão 02), em total consonância com os itens 10.1 a 10.3 e 20.2 do Edital e com a Cláusula Quinta da Minuta do Contrato (Anexo VIII), consolidou taxativamente as formas de remuneração nos

ESTADO DE SANTA CATARINA
MUNICÍPIO DE LAGES
SECRETARIA MUNICIPAL DA ADMINISTRAÇÃO – CENTRAL DE COMPRAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

Quesitos P1, P2, P3 e P4. Conforme os itens 10.3 e 20.2, 'c', do Edital e a Cláusula 5.2 da Minuta do Contrato, não haverá cobrança de honorários sobre os custos de veiculação.

3. Não incide o percentual do Quesito P2 sobre custos de veiculação (Cláusula 5.3 da Minuta do Contrato e item 12.4.5, 'e', do Termo de Referência). Esclarece-se a forma de remuneração aplicável a cada atividade: (a) Ações de Não Mídia: os serviços especializados prestados por fornecedores referentes à produção física, confecção, impressão, montagem ou execução técnica de peças e materiais de não mídia (art. 2.º, § 1.º, II, da Lei n.º 12.232/2010) são remunerados pelo percentual de honorários do Quesito P2 (item 10.1, 'b', do Edital); e (b) Plataformas Digitais: os serviços internos de criação, adaptação e desdobramento de peças digitais executados diretamente pela agência são remunerados pela tabela referencial do SINAPRO/SC com o desconto do Quesito P1 (item 10.1, 'a', do Edital e item 12.3 do Termo de Referência), e os serviços especializados de produção realizados por fornecedores externos são remunerados pelo Quesito P2 (ou P3, nas hipóteses do art. 2.º, § 1.º, I e III, da Lei n.º 12.232/2010), sendo vedada a incidência de honorários sobre os valores financeiros destinados ao pagamento de espaço ou impulsionamento de veiculação nas plataformas (item 12.6 do Termo de Referência e Cláusulas 5.2 e 5.3 da Minuta do Contrato).

Questão 11 – Oferta de 0% (zero por cento) de honorários

O item 10.4 do Edital admite que a licitante informe 0% de honorários 'sem que isso caracterize, por si só, inexecutabilidade'. O item 8.7.7, alínea 'd', do Termo de Referência determina a desclassificação de proposta que apresente componente 'negativo, simbólico ou inexecutável'. Solicita-se esclarecer qual disposição prevalece e se ofertas de 0% nos Quesitos P2 e P3 serão aceitas sem enquadramento como componente simbólico.

RESPOSTA: Prevalece a disposição expressa e específica do item 10.4 do Edital (c/c item 10.9, 'b', do Edital e Cláusula 2.2 da Minuta do Contrato): a licitante que não quiser cobrar honorários nos Quesitos P2 e/ou P3 informará 0% (zero por cento), sendo tais ofertas aceitas sem enquadramento como componente simbólico ou inexecutável. Ressalta-se que, conforme o item 10.2 do Edital, o item 8.7.8 do Termo de Referência e as Fórmulas de Pontuação do Anexo IV, a pontuação máxima nos Quesitos P2 e P3 já é integralmente atingida com ofertas iguais ou inferiores a 3% (três por cento) e 1% (um por cento), respectivamente, não havendo atribuição de pontuação adicional para ofertas inferiores a esses patamares de referência.

Questão 12 – Enquadramento de serviços nos Quesitos P2 e P3

O item 10.1, alíneas 'b' e 'c', do Edital distingue honorários sobre produção e execução técnica (P2, limite de 10%) e sobre pesquisas, instrumentos de avaliação e formas inovadoras de comunicação (P3, limite de 5%). Solicita-se informar em qual quesito se enquadram, ou se há outra forma de remuneração, para os seguintes serviços prestados por fornecedores:

1. renovação de direitos autorais, de imagem, voz e cachês na reutilização de peças;
2. reimpressão de peças;
3. contratação de influenciadores digitais e criadores de conteúdo;
4. produção de conteúdo para plataformas digitais;
5. desenvolvimento de aplicativos, sites, filtros, realidade aumentada e outras soluções tecnológicas; e
6. checagem e auditoria de veiculação.

RESPOSTA: Observada a exigência de vinculação direta a campanha publicitária previamente autorizada e a efetiva atuação da agência na intermediação, coordenação ou supervisão do serviço externo (item 1.2 do Edital e item 12.4.6 do Termo de Referência), o enquadramento observa o art. 2.º, § 1.º, incisos I, II e III, da Lei n.º 12.232/2010 e o item 10.1 do Edital:

1. Renovação de direitos autorais, de imagem, voz e cachês na reutilização de peças: quando contratados junto a fornecedores especializados de produção/elenco com efetiva

Rua Benjamin Constant, n.º 13 – Centro – Lages/SC – CEP 88.501-900 – Fone: (49) 3019-7405 – E-mail: diretoria.licitacao@lages.sc.gov.br

Resposta a Pedido de Esclarecimento n.º 01 – Edital de Concorrência Presencial n.º 01/2026 (Processo Administrativo n.º 215/2026)

intermediação e supervisão da agência (item 12.4.6 do Termo de Referência), enquadram-se no Quesito P2.

2. Reimpressão de peças: serviço especializado de produção e execução técnica gráfica prestado por fornecedor (art. 2.º, § 1.º, II, da Lei n.º 12.232/2010) – enquadra-se no Quesito P2.

3. Contratação de influenciadores digitais e criadores de conteúdo: quando contratados como fornecedores especializados para produção e execução técnica de peça ou ação publicitária integrante de campanha regularmente autorizada – enquadra-se no Quesito P2.

4. Produção de conteúdo para plataformas digitais (vinculado a campanha autorizada): quando executada diretamente pela equipe interna da agência, é remunerada pela tabela referencial do SINAPRO/SC com o desconto do Quesito P1 (item 12.3 do Termo de Referência); quando executada por fornecedor especializado externo (art. 2.º, § 1.º, II, da Lei n.º 12.232/2010), enquadra-se no Quesito P2. Recorda-se que a gestão quotidiana de redes sociais e portais não integra o objeto da contratação (item 1.3 do Edital e item 1.3.1, 'b', do Termo de Referência).

5. Desenvolvimento de aplicativos, sites, filtros, realidade aumentada e outras soluções tecnológicas: quando caracterizarem criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária em consonância com novas tecnologias prestados por fornecedores especializados (art. 2.º, § 1.º, III, da Lei n.º 12.232/2010), enquadram-se no Quesito P3; quando constituírem produção e execução técnica ordinária de peça digital, enquadram-se no Quesito P2, conforme definido na respectiva Ordem de Serviço.

6. Checagem e auditoria de veiculação: a apresentação do relatório de checagem de veiculação para instrução do dossiê comprobatório constitui obrigação legal e contratual necessária à liquidação da despesa de mídia (art. 15 da Lei n.º 12.232/2010, item 6.6.1 do Termo de Referência e Cláusula 6.5 da Minuta do Contrato). Quando contratado fornecedor especializado especificamente para pesquisa de audiência, auditoria de circulação ou instrumento de avaliação de resultados de campanha mediante autorização em Ordem de Serviço própria (art. 2.º, § 1.º, I, da Lei n.º 12.232/2010 e item 3.9 do Termo de Referência), aplica-se o Quesito P3.

Questão 13 – Nota Técnica e simulações da nota de preços

O item 10.2 do Edital informa que os limites de aceitabilidade e as referências de pontuação foram definidos em Nota Técnica 'juntada aos autos'. O item 8.7.5 do Termo de Referência determina que os pesos internos, limites, fórmulas e simulações de funcionamento da nota de preços constem de anexo ao edital, e o item 13.5.1 prevê memória de cálculo com a distribuição estimada do valor por categoria de despesa. O Anexo IV não contém as simulações. Solicita-se a disponibilização, no PNCP e no sítio oficial, da Nota Técnica de pesquisa dos componentes econômicos, das simulações de funcionamento da nota de preços e da memória de cálculo da distribuição do valor estimado por categoria de despesa.

RESPOSTA: Conforme expressamente consignado no item 8.7.8 do Termo de Referência (Anexo I – Revisão 02), no item 10.2 do Edital e no Anexo IV do Edital, todos os limites de aceitabilidade, referências de pontuação máxima, pesos internos e fórmulas matemáticas da Proposta de Preços encontram-se integralmente publicados no instrumento convocatório. Por utilizarem parâmetros fixos (em que a nota de cada licitante não depende das ofertas das demais), as fórmulas lineares do Anexo IV permitem a simulação direta e exata da Nota de Preços ($NP = P1 + P2 + P3 + P4$) em qualquer cenário, conforme demonstrado a seguir:

Cenário de Simulação	P1 – Desconto Custos Internos (Peso 25)	P2 – Honorários Produção (Peso 45)	P3 – Honorários Pesquisa/Inov. (Peso 5)	P4 – Repasse Desc.-Padrão (Peso 25)	Nota de Preços (NP = P1+P2+P3+P4)
----------------------	---	------------------------------------	---	-------------------------------------	-----------------------------------

ESTADO DE SANTA CATARINA
MUNICÍPIO DE LAGES
SECRETARIA MUNICIPAL DA ADMINISTRAÇÃO – CENTRAL DE COMPRAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

1. Limite Mínimo de Aceitabilidade	D = 40,00% (0,00 pt)	H2 = 10,00% (0,00 pt)	H3 = 5,00% (0,00 pt)	R = 0,00% (0,00 pt)	0,00 pontos
2. Patamar Intermédio Linear	D = 55,00% (12,50 pts)	H2 = 6,50% (22,50 pts)	H3 = 3,00% (2,50 pts)	R = 5,00% (12,50 pts)	50,00 pontos
3. Referência de Pontuação Máxima	D >= 70,00% (25,00 pts)	H2 <= 3,00% (45,00 pts)	H3 <= 1,00% (5,00 pts)	R >= 10,00% (25,00 pts)	100,00 pontos

Os documentos instrutórios da fase interna (Nota Técnica de pesquisa dos componentes econômicos e Planilha Descritiva/Justificativa do Valor) encontram-se juntados aos autos do Processo Administrativo n.º 215/2026 (item 13.12.3 do Termo de Referência), permanecendo com vista franqueada aos interessados na Central de Compras ou mediante solicitação pelo e-mail diretoria.licitacao@lages.sc.gov.br.

Questão 14 – Tabela referencial do SINAPRO/SC

O item 10.1, alínea 'a', e o item 21.3 do Edital referem-se à tabela 'vigente na data da execução'. O item 14.5.1 do Termo de Referência refere-se à tabela 'vigente na data da respectiva ordem de serviço'. Além disso, para o caso de a tabela deixar de ser publicada, o item 21.3 do Edital prevê apenas a aplicação do IPCA após 1 (um) ano da data-base, ao passo que o item 14.5.3 do Termo de Referência admite três alternativas (tabela equivalente, IPCA ou pesquisa de mercado). Solicita-se esclarecer:

1. Qual a data de referência da tabela aplicável a cada serviço: a da ordem de serviço ou a da execução?
2. Qual mecanismo prevalece na hipótese de descontinuidade ou inadequação da tabela?

RESPOSTA: 1. As disposições do item 21.3 do Edital, da Cláusula 8.2 da Minuta do Contrato e do item 14.5.1 do Termo de Referência são convergentes: como nenhum serviço pode ser executado sem prévia emissão de Ordem de Serviço (item 1.6 do Edital e Cláusula 3.2 da Minuta do Contrato), aplica-se a tabela do SINAPRO/SC vigente na data de emissão da respectiva Ordem de Serviço que autorizar a execução da demanda, sendo vedada a aplicação retroativa de nova versão da tabela a serviços já autorizados (item 14.5.1, 'c', do Termo de Referência).

2. Na hipótese de descontinuidade ou inadequação da tabela do SINAPRO/SC, o item 21.3 do Edital e a Cláusula 8.2 da Minuta do Contrato preveem a aplicação da variação do IPCA sobre os valores da última tabela válida 'ou outro parâmetro formalmente justificado', redação que contempla integralmente as alternativas técnicas previstas no item 14.5.3 do Termo de Referência (adoção de tabela equivalente, reajuste da última tabela válida pelo IPCA na forma do subitem 14.9 ou pesquisa de mercado específica, mediante justificativa formalizada no processo).

IV. CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DA LICITANTE (INVÓLUCRO N.º 3)

Questão 15 – Marco temporal do Repertório

O item 3.1 do Anexo III admite peças 'concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante a partir de 1.º de janeiro de 2024'. Solicita-se esclarecer se o marco temporal se aplica à data de concepção, à data de veiculação ou a ambas, e se é admitida peça concebida em 2023 e veiculada a partir de 2024.

RESPOSTA: O marco temporal de 1.º de janeiro de 2024 previsto no item 3.1 do Anexo III do Edital refere-se à data de veiculação, exposição ou distribuição da peça ou trabalho. Assim, é admitida a apresentação de peça concebida/produzida pela licitante em 2023, desde que tenha sido comprovadamente veiculada, exposta ou distribuída a partir de 1.º de janeiro de 2024,

ESTADO DE SANTA CATARINA
MUNICÍPIO DE LAGES
SECRETARIA MUNICIPAL DA ADMINISTRAÇÃO – CENTRAL DE COMPRAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

devendo ambas as informações (data de produção e período de veiculação ou exposição) constar na respectiva ficha técnica.

Questão 16 – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

O item 3.1 do Anexo III exige relatos em papel timbrado do cliente, assinados por seu representante, e veda 'relatos de soluções implementadas para o Município de Lages durante a elaboração das propostas'. Solicita-se esclarecer:

1. É aceita a assinatura eletrônica do representante do cliente (Gov.br ou certificado ICP-Brasil), em documento impresso a partir do arquivo assinado?
2. É possível que o relato, propriamente dito, esteja em papel timbrado da agência e haja, em anexo, uma DECLARAÇÃO do contratante, em papel timbrado da empresa cliente, validando o relato?
3. As até 3 (três) peças ilustrativas de cada relato são computadas no limite de 3 (três) páginas?

RESPOSTA: 1. Sim. É aceita a assinatura eletrônica qualificada (padrão ICP-Brasil) ou avançada (Gov.br) do representante do cliente no documento impresso integrante do Invólucro n.º 3, desde que constem no documento os elementos de verificação de autenticidade em sítio oficial (em conformidade com o item 15.12 do Edital e o item 9.9.1, 'd', do Termo de Referência).

2. Não. Conforme exigência expressa do item 9.4, 'c', do Edital e do item 3.1 do Anexo III, os relatos devem ser 'formalizados em papel timbrado do cliente e assinados por seu representante, com identificação e cargo', não sendo admitido relato em papel timbrado da agência acompanhado de declaração avulsa.

3. Não. Conforme o item 3.1 do Anexo III, cada relato possui o limite de até 3 (três) páginas de texto, podendo incluir, adicionalmente, até 3 (três) peças como ilustração, as quais não são computadas no limite de 3 (três) páginas textuais do relato.

V. BRIEFING (ANEXO II)

Questão 17 – Identidade visual oficial dos 260 anos

O item 10 do Briefing determina que as licitantes considerem os esforços de comunicação anteriores e, 'quando disponibilizados, os respectivos conceitos, identidades visuais, peças e canais de divulgação', e, ao mesmo tempo, que evitem 'a simples reprodução de conceitos, slogans, identidades ou abordagens utilizadas anteriormente'. Nenhum desses materiais foi anexado ao Edital. Solicita-se esclarecer:

1. O Município possui marca, selo ou identidade visual oficial alusiva aos 260 anos de fundação?
2. Em caso positivo, a licitante deve utilizá-la?
3. O Município disponibilizará os conceitos, identidades e peças de campanhas anteriores mencionados no item 10 do Briefing? Em caso positivo, por qual meio e em qual prazo?

RESPOSTA: 1., 2. e 3. O Município de Lages possui uma identidade visual institucional consolidada, cujos materiais, logótipos, brasão e manual de aplicação estão disponíveis no repositório oficial:

<https://drive.google.com/drive/folders/1B6QATyXuWcn8gF0wAl6qgWn4PvrQjfZs?usp=sharing> (bem como anexados junto aos documentos do certame). Conforme expressamente estabelecido no item 11 do Briefing (Anexo II), constitui diretriz da campanha 'permitir que a solução criativa, o conceito, o slogan, a identidade visual e as estratégias de comunicação sejam desenvolvidos livremente pela licitante, respeitadas as diretrizes deste Briefing'. Assim, a licitante possui liberdade criativa para desenvolver a identidade visual comemorativa/selo alusivo aos 260 anos de Lages na campanha simulada, observada a assinatura institucional do Município.

Questão 18 – Retificação do item 1.2 do Briefing

O Briefing publicado é identificado como 'versão consolidada, com a retificação do item 1.2'. Solicita-se

ESTADO DE SANTA CATARINA
MUNICÍPIO DE LAGES
SECRETARIA MUNICIPAL DA ADMINISTRAÇÃO – CENTRAL DE COMPRAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

informar o teor da retificação realizada e confirmar que a versão consolidada atualmente publicada é a única válida para a elaboração das propostas.

RESPOSTA: Confirma-se que o Anexo II – Briefing (Versão consolidada, com a retificação do item 1.2), datado de 08 de outubro de 2026 e disponibilizado no PNCP e no sítio oficial do Município (<https://licitacoes.lages.sc.gov.br/detalhe&edita=2904>) desde a publicação do Edital, é a única versão oficial e válida para a elaboração das propostas. Esclarece-se que a indicação constante no subtítulo refere-se a ajuste redacional realizado na fase preparatória (antes da publicação do Edital) no item 1.2 do Briefing, com a finalidade de explicitar que o objeto da comunicação no certame consiste no desenvolvimento de 'campanha institucional hipotética alusiva aos 260 anos de fundação de Lages, elaborada exclusivamente para fins de avaliação das propostas técnicas. A campanha simulada não constitui campanha aprovada nem compromisso de execução futura (item 9.5 do Edital)'.

Questão 19 – Assinatura das peças da campanha hipotética

O Edital, o Termo de Referência e o Briefing não indicam como as peças da campanha simulada devem ser assinadas. Solicita-se esclarecer:

1. As peças devem ser assinadas com a marca 'Prefeitura de Lages' (ou 'Prefeitura Municipal de Lages'), com o brasão do Município ou com outra assinatura institucional?

RESPOSTA: 1. As peças devem ser assinadas conforme a identidade visual institucional utilizada nos canais oficiais do Município, sob a marca 'Prefeitura de Lages', cujos arquivos oficiais encontram-se disponibilizados no link indicado nas Questões 17 e 21.

Questão 20 – Slogan institucional

Solicita-se esclarecer se deve ser utilizado algum slogan institucional junto com a assinatura do Município nas peças da campanha hipotética. Em caso positivo, solicita-se informar qual. Em caso negativo, solicita-se confirmar que as peças devem ser assinadas apenas com a marca institucional, sem slogan.

RESPOSTA: A utilização de slogan fica a critério de cada licitante, nos termos do item 11 do Briefing (Anexo II), podendo as peças ser assinadas apenas com a marca institucional 'Prefeitura de Lages' ou associadas ao conceito/slogan proposto pela licitante para a campanha simulada.

Questão 21 – Manual de aplicação da marca

O manual de identidade visual do Município não foi anexado ao Edital nem localizado nos canais oficiais indicados no item 10.1 do Briefing. Os itens 4.3.4, alínea 'a', 6.2.1 e 10.4.2 do Termo de Referência exigem a observância da identidade visual e das orientações institucionais do Município. Solicita-se a disponibilização, no PNCP e no sítio oficial, do manual de aplicação da marca e dos arquivos oficiais da marca e do brasão, em formato vetorial, para utilização nas propostas.

RESPOSTA: O manual de aplicação da marca e os arquivos oficiais da marca e do brasão do Município encontram-se disponibilizados gratuitamente no endereço: <https://drive.google.com/drive/folders/1B6QAtYXuWcn8gF0wAl6qgWn4PvrQjfZs?usp=sharing> (e junto aos anexos do certame no portal oficial).

VI. GARANTIA, EXECUÇÃO E DISPOSIÇÕES FORMAIS

Questão 22 – Cobertura da garantia de execução

O item 18.4 do Edital estabelece que a garantia 'cobrirá, inclusive, os valores não repassados a fornecedores e veículos'. O item 15.1.5 do Termo de Referência dispõe que a garantia assegurará essas obrigações 'conforme a modalidade adotada'. As apólices usuais de seguro-garantia não costumam cobrir obrigações

ESTADO DE SANTA CATARINA
MUNICÍPIO DE LAGES
SECRETARIA MUNICIPAL DA ADMINISTRAÇÃO – CENTRAL DE COMPRAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES

perante terceiros. Solicita-se esclarecer se a apólice de seguro-garantia deverá conter cobertura expressa para valores não repassados a fornecedores e veículos, ou se será aceita a apólice com as coberturas usuais da modalidade.

RESPOSTA: Conforme o item 18.4 do Edital, os itens 15.1.5 e 15.2.2 do Termo de Referência (Anexo I) e a Cláusula Nona da Minuta do Contrato (Anexo VIII), a garantia de execução é emitida em favor do Município de Lages (Contratante/Beneficiário) e assegurará as obrigações contratuais 'conforme a modalidade adotada', observadas as normas do órgão regulador competente (SUSEP). Tendo em vista que o pagamento das despesas liquidadas é efetuado pelo Município diretamente à agência contratada e que a realização do repasse integral aos fornecedores e veículos no prazo de até 5 (cinco) dias úteis constitui obrigação contratual direta da agência perante o Município Contratante (item 20.4 do Edital, item 12.9.5 do Termo de Referência e Cláusula 6.7 da Minuta do Contrato), eventual inadimplemento dessa obrigação enseja a aplicação de multas, glosas, retenções e ressarcimento em favor do próprio Município Segurado (Cláusulas 16.1 a 16.3 da Minuta do Contrato e itens 15.6.1, 'q', e 15.10.4 do Termo de Referência). Portanto, será aceita apólice de seguro-garantia emitida com as coberturas usuais regulamentadas pela SUSEP para contratos públicos em favor do Município de Lages, não se exigindo apólice que figure terceiros como segurados diretos.

Questão 23 – Deslocamentos ordinários

O item 4.2.5 do Termo de Referência e o item 10.7 do Edital incluem nos percentuais da proposta os 'deslocamentos ordinários' para atendimento presencial, sem cobrança adicional. Solicita-se esclarecer o que caracteriza deslocamento ordinário (frequência estimada de reuniões presenciais e local de atendimento) e se deslocamentos para acompanhamento de produções ou eventos fora do Município estão abrangidos.

RESPOSTA: Nos termos dos itens 4.2.4 e 4.2.5 do Termo de Referência (Anexo I) e do item 10.7 do Edital, a contratada deverá manter canais permanentes de atendimento remoto e participar de reuniões presenciais ou virtuais. Caracterizam-se como deslocamentos ordinários (incluídos na remuneração da agência, sem cobrança adicional) aqueles realizados pelos profissionais/preposto da agência até ao Município de Lages/SC (Paço Municipal, Coordenação de Comunicação Institucional e órgãos municipais) para a reunião inicial de implantação (item 5.2.1 do Termo de Referência) e para reuniões presenciais periódicas de alinhamento, receção de briefings, apresentação de campanhas e acompanhamento da execução contratual, mediante solicitação razoável do contratante (priorizando-se o atendimento remoto/virtual para tratativas de rotina). Eventuais deslocamentos para fora do Município de Lages estritamente necessários ao acompanhamento técnico de produções externas específicas fora da praça integrarão o orçamento prévio de produção da respectiva Ordem de Serviço, sujeito à aprovação prévia do contratante (item 5.5 do Termo de Referência).

Questão 24 – Base de cálculo da divergência de notas

O item 12.3 do Edital determina a reavaliação quando a diferença entre a maior e a menor pontuação de um quesito superar 20% de sua pontuação máxima. O item 8.6.3 do Termo de Referência refere-se a 'quesito ou subquesito', e o item 12.2 do Edital prevê a atribuição de notas por subquesito. Solicita-se esclarecer se a regra de reavaliação se aplica por quesito, por subquesito ou a ambos.

RESPOSTA: Conforme expressamente disciplinado no art. 6.º, inciso VII, da Lei n.º 12.232/2010, no item 12.3 do Edital e no item 8.6.9 do Termo de Referência (Anexo I – Revisão 02), a obrigatoriedade de reavaliação aplica-se por quesito, quando a diferença entre a maior e a menor nota atribuída a um quesito for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do respectivo quesito ('8.6.9. Se a diferença entre a maior e a menor nota atribuída a um quesito for superior a

**ESTADO DE SANTA CATARINA
MUNICÍPIO DE LAGES
SECRETARIA MUNICIPAL DA ADMINISTRAÇÃO – CENTRAL DE COMPRAS
DIRETORIA DE LICITAÇÕES**

20% (vinte por cento) de sua pontuação máxima, a reavaliação do quesito é obrigatória. Persistindo a divergência, os autores das notas extremas registrarão em ata, assinada por todos os membros, as razões da manutenção, antes do envio das planilhas à comissão de contratação').

Lages/SC, 22 de outubro de 2026.

NAIANA
SALETE DA
SILVA:0332
2571939

Assinado de forma
digital por NAIANA
SALETE DA
SILVA:0332257193
9
Dados: 2026.10.22
16:55:50 -03'00'

**DIRETORIA DE LICITAÇÕES
Central de Compras
Secretaria Municipal da Administração**