



COORDENAÇÃO DE APERFEIÇOAMENTO DE PESSOAL DE NÍVEL SUPERIOR  
Setor Bancário Norte (SBN), Quadra 2, Bloco L, Lote 06, Edifício Capes, Bairro Asa Norte,  
Brasília/DF, CEP 70040-020 Telefone: 20226866 [www.capes.gov.br](http://www.capes.gov.br)

**ESCLARECIMENTO – EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 90001/2025**

**CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇOS**

**DE COMUNICAÇÃO DIGITAL**

**(Processo Administrativo nº 23038.008357/2023-17)**

**QUESTÃO 1**

O APÊNDICE III - Apresentação e Julgamento Das Propostas Técnicas – no subitem a seguir traz o seguinte:

1.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Digital e da relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 1.3.3 estão limitados, no conjunto, a 20 (vinte) páginas.

Ocorre que não existe alínea “a” no 1.3.3. Existe, sim, alínea “a” no 1.3.4, que - ao meu ver - é a alínea em questão. Diz ela:

1.3.4. Subquesto 3 – Solução de Comunicação Digital – apresentação das ações e/ou materiais de comunicação digital de acordo com a estratégia proposta, contemplando:

a) A relação de todas as ações e/ou materiais de comunicação digital que a licitante julga necessários para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma; b) exemplos das ações e/ou materiais de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para ilustrar sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.4.3. Está correto o pensamento de que devemos levar em conta a alínea “a” do 1.3.4?

Não. Deve-se observar itens 1 e 2 do subitem 1.3.3 do Apêndice III do Termo de Referência :“1. explicitação e defesa das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes do órgão/entidade no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse, vinculadas à temática do Briefing. 2. proposição e defesa dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; como fazer, quais recursos próprios de comunicação utilizar; que outros recursos ou instrumentos de comunicação digital utilizar; diretrizes editoriais e de conteúdo a serem adotadas; quais públicos; que ações, instrumentos ou materiais utilizar; e quais efeitos e resultados esperados.”

## QUESTÃO 2

O Edital da Concorrência em questão apresenta duas planilhas de orçamento, uma nas páginas 110 e 111, na qual o valor total é o valor do desafio apresentado no briefing:

12	GESTÃO DE SÍTIOS E PÁGINAS WEB	BAIXA	24	R\$ 14.411,88	R\$ 345.890,24
13	GERENCIAMENTO E ANÁLISE DE REDES SOCIAIS	MÉDIA	12	R\$ 22.233,57	R\$ 266.802,82
14	CLIPPING NACIONAL - JORNAIS, REVISTAS, PORTAIS DE NOTÍCIAS RÁDIO E TV	N/D	12	R\$ 9.213,15	R\$ 110.557,85
AUDIOVISUAL					
15	VÍDEO REPORTAGEM	BAIXA	24	R\$ 9.782,38	R\$ 234.777,19
		MÉDIA	24	R\$ 16.436,29	R\$ 394.471,03
16	CLÍPE PARA REDE SOCIAL	BAIXA	72	R\$ 5.518,28	R\$ 397.316,37
		MÉDIA	72	R\$ 8.658,21	R\$ 623.390,91
17	VÍDEO INSTITUCIONAL OU EDUCATIVO	BAIXA	4	R\$ 20.419,40	R\$ 81.677,59
		MÉDIA	4	R\$ 35.877,05	R\$ 143.508,19
		ALTA	4	R\$ 48.199,15	R\$ 192.796,59

1

Termo de Referência APÊNDICE VII (2520525)

SEI 23038.008357/2023-17 / pg. 110

18	PODCAST - PODCAPES	BAIXA	8	R\$ 6.485,35	R\$ 51.882,79
		MÉDIA	8	R\$ 11.260,10	R\$ 90.080,76
		ALTA	8	R\$ 16.525,05	R\$ 132.200,42
19	TRANSMISSÃO AO VIVO	BAIXA	6	R\$ 7.112,52	R\$ 42.675,09
		MÉDIA	6	R\$ 11.999,93	R\$ 71.999,59
		ALTA	12	R\$ 19.435,35	R\$ 233.224,18
TREINAMENTO					
20	PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE MEDIA TRAINING	BAIXA	4	R\$ 15.937,64	R\$ 63.750,54
		MÉDIA	4	R\$ 24.799,55	R\$ 99.198,21
		ALTA	4	R\$ 34.614,29	R\$ 138.457,16

Previsão de reserva de 5% para o serviços complementares e deslocamentos

TOTAL serviços essenciais	R\$ 6.446.922,05
5% para serviços complementares	R\$ 322.346,10
TOTAL GLOBAL	R\$ 6.769.268,15

Já nas páginas 112 e 113 há outra planilha com um valor total diferente e maior:

12	GESTÃO DE SÍTIOS E PÁGINAS WEB	BAIXA	72	R\$ 14.411,08	R\$ 1.037.640,73
13	GERENCIAMENTO E ANÁLISE DE REDES SOCIAIS	MÉDIA	36	R\$ 22.233,57	R\$ 800.408,47
14	CLIPPING NACIONAL - JORNAIS, REVISTAS, PORTAIS DE NOTÍCIAS RÁDIO E TV	N/D	36	R\$ 9.213,15	R\$ 331.673,55

AUDIOVISUAL					
15	VÍDEO REPORTAGEM	BAIXA	72	R\$ 9.782,38	R\$ 704.331,57
		MÉDIA	72	R\$ 16.436,29	R\$ 1.183.413,09
16	CLÍPE PARA REDE SOCIAL	BAIXA	216	R\$ 5.518,28	R\$ 1.191.949,10
		MÉDIA	216	R\$ 8.658,21	R\$ 1.870.172,74
17	VÍDEO INSTITUCIONAL OU EDUCATIVO	BAIXA	12	R\$ 20.419,40	R\$ 245.032,78
		MÉDIA	12	R\$ 35.877,05	R\$ 430.524,57
18	PODCAST - PODCAPES	ALTA	12	R\$ 48.199,15	R\$ 578.389,78
		BAIXA	24	R\$ 6.485,35	R\$ 155.648,37
		MÉDIA	24	R\$ 11.260,10	R\$ 270.242,28
19	TRANSMISSÃO AO VIVO	ALTA	24	R\$ 16.525,05	R\$ 396.601,27
		BAIXA	18	R\$ 7.112,52	R\$ 128.025,28
		MÉDIA	18	R\$ 11.999,93	R\$ 215.998,78
		ALTA	36	R\$ 19.435,35	R\$ 699.672,55
TREINAMENTO					
20	PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE MEDIA TRAINING	BAIXA	12	R\$ 15.937,64	R\$ 191.251,63
		MÉDIA	12	R\$ 24.799,55	R\$ 297.594,62
		ALTA	12	R\$ 34.614,29	R\$ 415.371,48
Previsão de reserva de 5% para o serviços complementares e deslocamentos.				TOTAL serviços essenciais	R\$ 19.340.766,15
				5% para serviços complementares	R\$ 967.038,31
				TOTAL GLOBAL	R\$ 20.307.804,46

Previsão de reserva de 5% para o serviços complementares e deslocamentos.

Devemos utilizar a primeira planilha tal qual apresentada para cumprir o desafio ou o licitante tem liberdade para utilizar os valores da segunda tabela, de acordo com sua Estratégia, até o valor máximo permitido?

## RESPOSTA 2

O valor estimado de R\$ 6.769.268,15 (seis milhões setecentos e sessenta e nove mil duzentos e sessenta e oito reais e quinze centavos) consta na Tabela do Apêndice VII do Anexo I do Termo de Referência do Edital, referente a um período de 12 meses de execução do desafio a ser proposto. O valor total do Grupo e de cada item não pode ser superior ao estimado nesse instrumento. Neste sentido, cita-se o disposto no art. 24, alínea "e" da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023:

Art. 24. A proposta técnica das licitações deverá, com as adaptações necessárias em função do objeto, observar as seguintes disposições:

(...)

e) conterá, quando for o caso, plano de implementação da ação, o qual será apresentado constando, pelo menos, o cronograma de desenvolvimento das ações de comunicação propostas e o orçamento para as atividades ou materiais da ação de comunicação constante da proposta, tendo por base o valor referencial indicado no Briefing e os valores cheios dos preços unitários máximos dos produtos e serviços previstos no edital;

Em outras palavras, indica-se que os valores previstos no edital e seus anexos representam os preços máximos de cada um dos produtos e serviços, podendo, os licitantes cotarem valores inferiores.