



MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES

Secretaria-Executiva do Ministério das Comunicações
Subsecretaria de Planejamento, Orçamento e Administração
Coordenação-Geral de Recursos Logísticos
Comissão Especial de Licitação do Ministério das Comunicações

CONCORRÊNCIA 90001/2026

PEDIDO DE ESCLARECIMENTO 13

DATA: 09/07/2026

PEDIDO DE ESCLARECIMENTO 13

QUESTIONAMENTO:

No Apêndice III - Apresentação e Julgamento da Proposta Técnica - o edital da presente licitação determina, para o Subquestito 3 do Plano de Ação Promocional:

1.3.3. Subquestito 3 – Solução de Marketing Promocional – apresentação das ações e/ou materiais promocionais de acordo com a estratégia proposta, contemplando:

- a) relação de todas as ações e/ou materiais promocionais que a licitante julga necessários para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada e explicitação de seus públicos-alvo e suas funções táticas no âmbito da estratégia;
- b) exemplos das ações e/ou materiais promocionais que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.

1.3.3.1. O detalhamento da relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deve considerar:

a) infraestrutura e apoio logístico: o local e espaço a serem utilizados; a estrutura física e os ambientes; os perfis que comporão a equipe responsável pela execução; a estrutura de apoio técnico, administrativo e de pessoal; e os projetos relativos aos elementos de segurança (prevenção de responsabilidade e corresponsabilidade civil; pessoal de apoio; ações de policiamento e trânsito; sinalização e identificação do staff; acessibilidade, controle de acesso, assistência ao público, serviço médico e esquema de estacionamento);

b) plano de divulgação e articulação: estratégias para impactar e mobilizar os públicos internos e externos; relação dos materiais promocionais a serem utilizados; elementos criativos envolvidos na proposta; e medidas de prevenção ao impacto socioambiental.

1.3.3.2. Se a proposta da licitante prever número de ações e/ou materiais promocionais superior ao limite estabelecido no subitem 1.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as ações e/ou materiais apresentados como exemplos e outro para o restante.

Tendo em vista a riqueza de detalhes exigida no corpo do Subquesto 3 – que compreendem a descrição de mais de 20 diferentes aspectos, ao considerar-se as diretivas contidas no subitem 1.3.3-a e nas alíneas 1.3.3.1-a e 1.3.3.1-b, obrigatórios para todas as ações e/ou materiais planejados para a ação – indagamos:

1. Está correta a definição de um limite máximo de 15 páginas para os subquestos 1 a 3 da proposta técnica de Plano de Ação, ou seja, 15 páginas no total, para abarcar o Raciocínio Básico, a Estratégia de Ação de Marketing Promocional e a Solução de Ação Promocional?

2. Tendo em vista que a Solução de Marketing Promocional não está explicitamente citada no item 1.2.2, que permite a aplicação de tabelas e gráficos em corpo 8 a 12, pedimos esclarecimento: para o Subquesto 3 é permitida a aplicação de tabelas e gráficos em corpo 8 a 12, com utilização ou não de cores, igualmente como para o Raciocínio Básico e a Estratégia de Marketing Promocional?

3. Caso a resposta seja SIM para a questão 1 e NÃO para a questão 2, solicitamos à honorável Comissão de Licitação a razoabilidade de reconsiderar, uma vez que a massa de texto que a Solução de Marketing Promocional exige, nas condições de apresentação determinadas, torna praticamente impossível cumprir plenamente, e com excelência, as exigências do edital.

RESPOSTA DA COMISSÃO

Prezado licitante,

Em atenção ao pedido de esclarecimento apresentado, prestam-se os seguintes esclarecimentos:

1. Nos termos do subitem 1.2.6 do Apêndice III, o limite de 15 (quinze) páginas aplica-se, em conjunto, aos textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Ação de Marketing Promocional e da relação prevista na alínea “a” do subitem 1.3.3.
2. O referido limite não abrange os exemplos de ações e/ou materiais promocionais previstos na alínea “b” do subitem 1.3.3, os quais seguem as regras próprias de apresentação constantes dos subitens 1.2.4 e 1.3.3.3 do Apêndice III.
3. Quanto ao uso de gráficos, quadros, tabelas, planilhas, cores e fonte entre 8 e 12 pontos, o subitem 1.2.2 do Apêndice III prevê essa possibilidade apenas para os subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Ação de Marketing Promocional e Plano de Implementação.
4. Dessa forma, a relação prevista na alínea “a” do subitem 1.3.3 deverá observar as regras gerais de formatação do Plano de Ação Promocional – Via Não Identificada.
5. Mantêm-se, portanto, as regras constantes do Apêndice III, sem alteração das disposições editalícias.