



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2026 - SECOM

RESPOSTAS AOS PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS - PARTE 04

PERGUNTA 01:

QUESTIONAMENTOS 15:

Solicitamos confirmar se os Planos de Mídia também devem ser incluídos no Invólucro "B" na condição de anexos?

RESPOSTA:

Sim. A exclusão prevista para o Invólucro “B” restringe-se aos exemplos de peças referentes à “Ideia Criativa”, conforme determina o art. 9º, § 2º, da Lei Federal nº 12.232/2010. A via identificada deverá possuir o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à “Ideia Criativa”. Assim, as tabelas de simulação do plano de distribuição das peças, consideradas como anexo único na forma do item 5.17 do Edital, deverão ser incluídas também no Invólucro “B”.

PERGUNTA 02:

QUESTIONAMENTOS 16:

- a) As "peças para internet" citadas no item podem englobar formatos variados como vinhetas, banners, carrossel, reels, sites ou filmes de curta duração?
- b) Todas essas peças de internet podem conter movimento (áudio e vídeo)?

RESPOSTAS:

- a) Sim. A expressão “peças para internet” não se restringe a um formato específico, podendo contemplar diferentes formatos de comunicação publicitária digital, tais como banners, carrosséis, reels, vinhetas, filmes de curta duração e outros formatos compatíveis com a estratégia e a ideia criativa propostas pela licitante. Quanto ao sites, sua apresentação deverá ocorrer apenas quando constituírem exemplo de peça ou solução publicitária vinculada à Ideia Criativa, observadas as condições de apresentação e reprodução estabelecidas no Edital.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

b) Sim. As peças para internet poderão conter movimento, áudio e/ou vídeo, quando tais recursos forem pertinentes ao formato e à solução criativa proposta. Nesses casos, deverão ser observadas as especificações do Edital para apresentação das peças de mídia eletrônica, inclusive quanto à gravação nos pen drives fornecidos pela SECOM e aos formatos estabelecidos para os arquivos digitais, sendo MP3 para áudio e MP4 para vídeo. Ressalta-se que o item 5.9 não estabelece limitação quanto aos formatos criativos das peças para internet, devendo ser observadas as demais regras do Edital relativas à apresentação, reprodução, integridade e identificação dos arquivos.

PERGUNTA 03:

QUESTIONAMENTOS 17:

Existe um limite máximo de laudas para a apresentação das informações contidas no Invólucro "C"?

RESPOSTA:

Não. O Edital não estabelece limite máximo de laudas para a apresentação do Conjunto de Informações do Proponente (Invólucro "C"). O limite de páginas estabelecido no Edital para o Plano de Comunicação Publicitária não se aplica ao conteúdo do Invólucro "C".

PERGUNTA 04:

QUESTIONAMENTOS 18:

a) Para a composição do Repertório (Item 5.22), é permitida a apresentação de peças criadas para órgãos governamentais?

b) Há alguma data limite (período/marco temporal) para a veiculação das peças apresentadas no Repertório?

c) Observa-se que o subitem "Relato de Soluções" está contemplado no Anexo I (Projeto Básico, Item 12.25), embora não conste expressamente na enumeração do Item 5. Considerando que integra o Edital, existe data limite para veiculação e distribuição das peças referentes ao Relato de Soluções de Problemas de Comunicação?



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

RESPOSTAS:

a) Sim. Para a composição do Repertório, poderão ser apresentadas peças criadas para órgãos ou entidades governamentais, conforme estabelece o item 5.22 do Edital, e observadas as demais condições previstas no referido item.

b) Não. O Edital não estabelece data limite ou marco temporal mínimo para a produção ou veiculação das peças apresentadas no Repertório. Deverão, entretanto, ser informados na ficha técnica de cada peça a data de produção e o período de veiculação, além das demais informações exigidas no item 5.22.1 do Edital.

c) Não. O Edital também não estabelece data limite ou marco temporal para a veiculação ou distribuição das peças apresentadas nos Relatos de Solução de Problemas de Comunicação. O referido quesito consta expressamente no item 5.4.3 do Edital, como parte integrante do Conjunto de Informações do Proponente, sendo suas condições de apresentação detalhadas no subitem 12.25 do Projeto Básico.

PERGUNTA 05:

QUESTIONAMENTOS 19:

A escolha do período do ano e a duração total da campanha simulada ficam a livre critério da licitante na elaboração do Plano de Mídia, desde que devidamente justificadas na Estratégia de Comunicação e compatíveis com a verba de R\$ 1.500.000,00?

RESPOSTA:

Sim. Nos termos do item 5.6.4, cabe à licitante explicitar e justificar a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária e em função da verba disponível. Assim, a definição do período e da duração da campanha integra a solução estratégica proposta pela licitante, devendo estar tecnicamente justificada e ser compatível com os objetivos estabelecidos no Briefing e com a verba disponível.

PERGUNTA 06:

QUESTIONAMENTOS 20:

a) O limite máximo de até 05 (cinco) anexos refere-se exclusivamente aos exemplos de peças corporificadas?



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

b) É permitido planejar e citar no texto da Ideia Criativa e da Estratégia de Mídia outras peças complementares, desde que a entrega das peças corporificadas seja restrita ao limite de 05 (cinco)?

RESPOSTAS:

a) Sim. No que se refere ao quesito Ideia Criativa, o limite definido pelo item 5.6.3 corresponde aos exemplos de peças destinados a corporificar objetivamente a ideia apresentada, enquanto o item 5.5.4 estabelece, de forma geral, o limite dos anexos para cada quesito que os admita. Portanto, o limite para a materialização/corporificação da Ideia Criativa será de até 5 (cinco) anexos, sendo no máximo de 1 (um) para cada peça, e observadas as demais regras de apresentação previstas no Edital.

b) Sim. É possível prever, planejar e mencionar outras peças integrantes da solução de comunicação, ainda que nem todas sejam corporificadas como anexos da Ideia Criativa, desde que sejam observados os limites e as formas de apresentação estabelecidos pelos itens 5.5.4 e 5.6.3 do Edital. Sendo esse o caso, deve-se distinguir entre as peças planejadas para compor a campanha e os exemplos de peças efetivamente corporificados no quesito Ideia Criativa, estes últimos sujeitos aos limites máximos previstos no Edital.

disponível.

PERGUNTA 07:

QUESTIONAMENTOS 21:

De acordo com o item 5.16.3 do Edital, entendemos que os custos internos (Tabela Sinapro) não deverão ser considerados na verba de R\$ 1.500.000,00 da Estratégia de Mídia e Não Mídia. Nosso entendimento está correto?

RESPOSTA:

Não. Conforme o item 5.16.3, a licitante deverá demonstrar a utilização dos recursos mediante a distribuição percentual da verba disponível nas rubricas de estudo e pesquisa, produção e veiculação, justificando sua aplicação. Além disso, o item 5.18 estabelece expressamente que, na elaboração da simulação do plano de mídia e nos custos de produção relativos ao quesito Ideia Criativa, a licitante deverá utilizar como



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

base, para cada Proposta Técnica, os valores dos custos de criação, produção e veiculação das respectivas tabelas vigentes na data de publicação do Edital, pelo valor cheio. Dessa forma, os custos de criação previstos nas respectivas tabelas vigentes deverão ser considerados na elaboração da proposta simulada, observadas as rubricas e os critérios estabelecidos no Edital.

PERGUNTA 08:

QUESTIONAMENTOS 22:

Qual a forma correta de acondicionar os 02 (dois) pen drives padronizados no Invólucro "A"? Deverão ser entregues soltos ou afixados à prancha?

RESPOSTA:

Os 02 (dois) pen drives deverão ser acondicionados no interior do Invólucro "A" sem qualquer intervenção ou elemento de identificação. Também não devem ser afixadas às pranchas destinadas às peças impressas da Ideia Criativa, preservadas integralmente as características físicas padronizadas dos dispositivos fornecidos pela SECOM.

PERGUNTA 09:

QUESTIONAMENTOS 23:

Com base na resposta fornecida ao Questionamento 04 (item 'a'), entendemos que é permitida a apresentação, no Repertório e nos Relatos de Soluções, de peças criadas para o Governo do Estado do ES (suas secretarias e autarquias), ainda que façam parte dos lotes vinculados a esta licitação. Nosso entendimento está correto?

RESPOSTA:

Sim, desde que os trabalhos apresentados atendam integralmente às condições e aos requisitos previstos no Edital para cada quesito. Quanto ao Repertório, o item 5.22 prevê expressamente a apresentação de trabalhos que demonstrem o desempenho da licitante na prestação de serviços publicitários a clientes tanto do setor público quanto do setor privado, não estabelecendo vedação à apresentação de peças produzidas para órgãos ou entidades do Governo do Estado do Espírito Santo.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

PERGUNTA 10:

QUESTIONAMENTOS 24:

- a) Para que a avaliação seja considerada ÓTIMO, qual o tempo mínimo de experiência profissional exigido dos 5 (cinco) profissionais melhor avaliados?
- b) Nesse mesmo entendimento, para os enquadramentos BOM e REGULAR, qual o tempo mínimo de experiência profissional necessário para se alcançar a pontuação prevista em cada faixa?

RESPOSTAS:

O Edital não estabelece quantitativos mínimos de anos de experiência profissional correspondentes aos parâmetros “Ótimo”, “Bom” e “Regular”. Conforme os itens 5.29 e 5.30, compete à Subcomissão Técnica analisar e julgar o Conjunto de Informações do Proponente efetivamente apresentadas pela licitante, atribuindo as notas conforme a Tabela de Pontuação constante do Anexo VI e apresentando justificativa escrita das razões que fundamentarem as pontuações atribuídas.

PERGUNTA 11:

QUESTIONAMENTOS 25:

- a) Neste quesito a qualidade exigida está amparada por qual “qualidade”? Quais critérios objetivos fundamentam a “qualidade” exigida?
- b) A avaliação deste quesito recairá sobre toda a equipe que ficará à disposição da execução do Contrato?

RESPOSTAS:

- a) Não há, no Edital, previsão de qualquer requisito isolado que, por si só, determine automaticamente o enquadramento em “Ótimo”, “Bom” ou “Regular”. A avaliação deverá considerar a qualificação e a adequação do perfil profissional da equipe disponibilizada para a execução do objeto, em consonância com a natureza, abrangência e complexidade dos serviços previstos no Edital e no Projeto Básico. O item 5.21 estabelece que a Capacidade de Atendimento será avaliada tanto em caráter geral, considerando a totalidade dos setores da licitante, quanto especificamente em relação à capacidade de atendimento dos contratos decorrentes da licitação. Nesse sentido, o item



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

5.21.3 exige a apresentação da quantificação e qualificação do perfil dos profissionais que serão postos à disposição para a execução dos contratos, discriminados pelos diversos setores necessários à prestação dos serviços.

b) Sim. Para o item relativo à “Qualidade dos profissionais que ficarão responsáveis pela execução do Contrato”, a avaliação deverá considerar o conjunto dos profissionais apresentados pela licitante como integrantes da estrutura disponibilizada para a execução contratual, conforme exigido no item 5.21.3. O referido dispositivo determina a apresentação da quantificação e qualificação dos profissionais postos à disposição para a execução dos contratos, discriminados por setor da licitante, abrangendo estudo e pesquisa, planejamento, criação, produção de rádio, cinema e televisão, produção gráfica, mídia e atendimento. Ressalva-se que a limitação aos cinco profissionais melhor avaliados está expressamente prevista no Anexo VI especificamente para o item “Tempo de experiência profissional em atividades publicitárias”.

PERGUNTA 12:

QUESTIONAMENTOS 26:

Quais características de instalação e infraestrutura a proponente deve possuir para que o atendimento ao Contrato seja considerado satisfatório neste critério?

RESPOSTA:

Será considerada a adequação funcional e técnico-operacional da estrutura apresentada às necessidades do objeto, não havendo exigência de características físicas mínimas além daquelas necessárias à plena e adequada execução dos serviços, cuja avaliação compete à Subcomissão Técnica, atribuindo as notas conforme a Tabela de Pontuação constante do Anexo VI e apresentando justificativa escrita das razões que fundamentarem as pontuações atribuídas, conforme disposto no item 5.25 do Edital.

PERGUNTA 13:

QUESTIONAMENTOS 27:

Para fins de pontuação neste critério, a pertinência e afinidade exigidas pressupõem necessariamente a apresentação de peças relacionadas ao atendimento de órgãos públicos?



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

RESPOSTA:

Não. A pertinência e afinidade dizem respeito à aderência das experiências e trabalhos apresentados às necessidades e ao perfil de comunicação do Poder Executivo Estadual, e não à natureza pública ou privada do cliente para o qual a peça foi originalmente produzida. O item 5.22 do Edital estabelece expressamente que o Repertório deverá demonstrar o desempenho do proponente na prestação de serviços publicitários a clientes “tanto do setor público quanto do setor privado”. O que será objeto de avaliação, conforme o Anexo VI, é a “pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação do Poder Executivo Estadual”, além dos demais aspectos previstos para o quesito, quais sejam: ideia criativa, qualidade da execução e acabamento e simplicidade da forma sob a qual se apresenta.

PERGUNTA 14:

QUESTIONAMENTOS 28:

Confirma-se que a pontuação deste critério está diretamente vinculada à satisfação e ao atestado do cliente quanto ao resultado obtido, de modo que, havendo satisfação expressa, a relevância será considerada atingida em seu grau máximo?

RESPOSTA:

Não. O endosso do anunciante constitui requisito de apresentação dos cases, mas não determina automaticamente a pontuação máxima no critério “Relevância dos resultados apresentados”. Conforme o item 4.9 do Edital, os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação deverão apresentar, sob a forma de texto descritivo, os problemas enfrentados, as soluções encontradas e os resultados alcançados, devendo os cases ser endossados pelos respectivos anunciantes. O endosso, portanto, atende à exigência de validação do case pelo anunciante. A avaliação técnica da relevância dos resultados apresentados permanece atribuída à Subcomissão Técnica, nos termos dos critérios estabelecidos no Anexo VI. Com efeito, o Anexo VI prevê quatro itens distintos para a avaliação do quesito Resolução de Problemas (cases):

1. relevância dos resultados apresentados;
2. clareza e lógica da exposição;
3. evidência de planejamento publicitário; e
4. consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

Para o item “Relevância dos resultados apresentados”, estão previstas as pontuações Ótimo = 2,0; Bom = 1,6; Regular = 1,2; Não atendeu = 0; e Não apresentou = 0. Assim, a satisfação ou o endosso expresso do cliente não implica, por si só, o enquadramento automático do resultado no parâmetro “Ótimo”. A Subcomissão Técnica avaliará a relevância dos resultados efetivamente demonstrados no case, à luz do conteúdo apresentado e dos critérios estabelecidos no instrumento convocatório. Nos termos dos itens 5.29 e 5.30 do Edital, compete à Subcomissão Técnica analisar e julgar o Conjunto de Informações do Proponente, atribuir as respectivas notas e apresentar justificativa escrita para as pontuações conferidas.

PERGUNTA 15:

QUESTIONAMENTOS 29:

O limite total de 13 (treze) laudas previstas no item 5.5.4 compreende também os textos integrantes do quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia?

RESPOSTA:

Sim. O limite máximo de 13 (treze) laudas, com até 30 (trinta) linhas cada, previsto no item 5.5.4 do Edital, aplica-se ao conjunto dos textos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária, incluindo os textos referentes ao quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia. Esse entendimento decorre da leitura conjunta dos itens 5.3, 5.5.4, 5.6 e 5.6.4, que estabelecem os quatro quesitos integrantes do Plano de Comunicação Publicitária e determinam que os textos, no total, não poderão exceder o limite de 13 laudas. No caso da Estratégia de Mídia e Não Mídia, as tabelas de simulação do plano de distribuição das peças, previstas no item 5.17, serão consideradas anexo único e, portanto, ficam fora da contagem das 13 laudas. Por outro lado, eventuais tabelas, gráficos, planilhas ou outros elementos inseridos no corpo do texto integram o conteúdo textual e devem ser considerados dentro desse limite.

PERGUNTA 16:

QUESTIONAMENTOS 30:

Qual deverá ser a assinatura institucional utilizada nas peças da campanha simulada do Lote 02?



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

RESPOSTA:

Para fins de elaboração da campanha simulada do Lote 02, serão admitidas as seguintes formas de assinatura institucional:

- somente Secretaria de Segurança Pública e Defesa Social – SESP;
- somente Departamento Estadual de Trânsito do Espírito Santo – DETRAN|ES; ou
- assinatura conjunta da SESP e do DETRAN|ES.

A adoção de qualquer uma dessas possibilidades será considerada adequada e não implicará prejuízo na avaliação da proposta, redução de pontuação ou desclassificação da licitante.

PERGUNTA 17:

QUESTIONAMENTOS 31:

- a) Os briefings apresentados para os Lotes 01 e 02 não indicam o período desejado para a veiculação da campanha proposta. Para os dois lotes, qual período deve ser considerado para a apresentação do plano de mídia?
- b) Da mesma forma, os briefings não indicam o público principal. Qual o público a ser considerado para a estruturação do planejamento de mídia de cada lote?

RESPOSTAS:

- a) O Edital não estabelece período específico de veiculação para as campanhas simuladas dos Lotes 01 e 02. A definição do período de veiculação integra a estratégia de mídia proposta pela própria licitante, que deverá justificá-la de acordo com a solução de comunicação apresentada e respeitar a verba disponível para a campanha. A definição dos prazos de veiculação faz parte da estratégia de mídia proposta e fica a cargo das licitantes.
- b) Os briefings devem ser considerados em sua integralidade para a identificação dos públicos da campanha. O Edital não estabelece um público previamente delimitado, cabendo à licitante identificar e justificar, a partir do contexto, dos desafios, dos objetivos e dos valores apresentados em cada briefing, os públicos prioritários a serem alcançados pela estratégia proposta. Conforme o item 5.16.1, a Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá demonstrar a capacidade da proposta para “atingir e sensibilizar os principais



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

públicos da campanha”. O próprio Anexo II determina que o planejamento considere as características “do público, ou dos públicos”.

PERGUNTA 18:

QUESTIONAMENTOS 32:

Como será avaliado o quesito, visto que não há na tabela de pontuação nenhuma menção a “destaque para aquelas que serão desenvolvidas no ambiente online” nos quesitos Raciocínio e Estratégia?

RESPOSTA:

As soluções desenvolvidas no ambiente online serão consideradas no contexto dos critérios de avaliação já estabelecidos, conforme sua pertinência e integração à solução apresentada, sem criação de pontuação específica ou critério adicional não previsto na tabela. A expressão constante dos briefings, no sentido de que o Raciocínio Básico e as estratégias adotadas deverão dar “destaque para aquelas que serão desenvolvidas no ambiente online”, constitui orientação para a elaboração da solução de comunicação e não configura item autônomo de pontuação. A avaliação será realizada exclusivamente de acordo com os quesitos, itens avaliados e respectivas pontuações previstos no Edital e no Anexo V – Tabela de Pontuação dos Itens – Plano de Comunicação Publicitária.

PERGUNTA 19:

QUESTIONAMENTOS 33:

Sobre a prancha de papel cartão, além do layout da própria peça, pode-se aplicar, em seu fundo ou lateral, alguma imagem que não faça parte necessariamente do layout - por exemplo, imagens de personagens, produtos ou ícones ilustrativos ao lado de um *storyboard*, ou a figura de uma pessoa segurando um smartphone ao lado de um carrossel?

RESPOSTA:

Não. A prancha deve servir exclusivamente como suporte para apresentação da peça que corporifica a Ideia Criativa, não devendo conter elementos gráficos ou imagens estranhas ao próprio layout, *storyboard* ou à representação da peça apresentada. Conforme o item 5.6.3, os anexos da Ideia Criativa destinam-se à apresentação de



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a solução proposta, podendo ser apresentados layouts e *storyboards*. O item 5.7, por sua vez, estabelece que essas peças deverão ser impressas e obrigatoriamente afixadas sobre pranchas avulsas de papel-cartão na cor preta, com verso em papel Kraft, caracterizando a prancha como suporte da peça.

PERGUNTA 20:

QUESTIONAMENTOS 33:

O endosso do anunciante pode ser apresentado em documento apartado do texto descritivo do relato, ou deve necessariamente constar no mesmo corpo de texto?

RESPOSTA:

O endosso do anunciante poderá ser apresentado em documento apartado do texto descritivo do relato, desde que esteja claramente vinculado ao respectivo case e permita identificar inequivocamente o anunciante responsável pelo endosso. O Edital não determina que o endosso integre obrigatoriamente o mesmo corpo de texto do relato. O item 4.9 e o item 12.25 do Anexo I – Projeto Básico estabelecem apenas que os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação serão apresentados sob a forma de texto descritivo dos problemas enfrentados, soluções encontradas e resultados alcançados, e que os respectivos cases deverão ser endossados pelos anunciantes. Assim, não havendo determinação quanto à forma específica de inserção do endosso, admite-se sua apresentação em documento apartado, observadas as demais regras de apresentação do Conjunto de Informações do Proponente.

PERGUNTA 21:

QUESTIONAMENTOS 34:

Para facilitar a visualização por parte da banca examinadora, as tabelas do plano de mídia podem ser impressas em papel formato A3, dobrado?

RESPOSTA:

Não. Para as tabelas de simulação do plano de distribuição das peças, deverão ser observadas as regras específicas previstas no Edital. O item 5.17 estabelece que essas tabelas serão consideradas anexo único e define expressamente sua formatação,



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

inclusive bordas, fonte, corpo, cores e vedação à adição de recursos visuais e gráficos. Já o item 5.5.1 estabelece o papel formato A4 para o conteúdo do Plano de Comunicação Publicitária.

PERGUNTA 22:

QUESTIONAMENTOS 35:

Os custos internos a serem aplicados serão os constantes da Tabela Sinapro 2026? Sinalizamos que há em curso uma atualização da Tabela de Custos Sinapro em conjunto com a Fenapro, em vias de implantação. Caso a nova tabela seja implementada antes da data de entrega do plano de comunicação, qual tabela a licitante efetivamente deverá utilizar?

RESPOSTA:

O item 5.18 é expresso ao determinar que, na elaboração da simulação do plano de mídia e nos custos de produção relativos à Ideia Criativa, a licitante deverá utilizar como base os valores dos custos de criação, produção e veiculação das respectivas tabelas vigentes na data de publicação do Edital, pelo valor cheio.



INFORMAÇÕES DO DOCUMENTO

Documento capturado em 21/09/2026 11:25:25 (HORÁRIO DE BRASÍLIA - UTC-3)
por JULIANA LACERDA MARCONI DE MACEDO (PRESIDENTE (COMISSÃO DE LICITAÇÃO (CONTRATAÇÃO
SERVIÇOS DE PUBLICIDADE) - PORTARIA 015-S DE 05/04/2026) - SECOM - SECOM - GOVES)
Valor Legal: CÓPIA SIMPLES | Natureza: DOCUMENTO NATO-DIGITAL

A disponibilidade do documento pode ser conferida pelo link: <https://e-docs.es.gov.br/d/2026-07ZN28>