Processo de Contratação nº 57/2026

Concorrência Presencial nº 03/2026

Consulente: Ampla Serviços de Propaganda e Publicidade Ltda (CNPJ: 11.145.893/0001-80)

RESPOSTA AO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO

Trata-se de Pedido de Esclarecimento ao Edital, recepcionado pela Gerência de Licitações de Contratações Diretas - GLCD, referente ao Processo de Contratação que tem por objeto contratação de serviços de comunicação digital prestados por agência de marketing digital para atender às demandas do Tribunal de Contas do Estado de Pernambuco, conforme especificações constantes do Termo de Referência, anexo ao Edital de Convocação.

I – ADMISSIBILIDADE

A abertura dos trabalhos alusivos ao certame em referência se dará em 23/10/2026, sendo 19/10/2026 a data limite para apresentação de pedidos de esclarecimentos. Considerando que o Pedido de Esclarecimento em apreço fora recepcionado pela Gerência de Licitações de Contratações Diretas - GLCD por meio de seu correio eletrônico no dia 09/10/2026, temos que ele é tempestivo, visto que obedeceu ao prazo disposto no Edital, qual seja, até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame.

II – SOLICITAÇÃO DE ESCLARECIMENTO E ELUCIDAÇÃO

Os questionamentos formulados pela consulente, reproduzido ipsis litteris nesta lauda, foram elucidados pela Diretoria de Comunicação (DC) do TCE-PE, área demandante da contratação e a Gerência de Licitações e Contratações Diretas - GLCD, que ofereceram as seguintes respostas.

Questionamentos e respostas:

*"***Sobre Documentação**

1. Quais as dimensões do Invólucro nº 1?

Resposta: 40 cm x 60 cm

2. Quais documentos são exigidos para credenciar representante e quantos podem atuar por licitante?

Resposta: (a) tratando-se de representante legal, registro comercial no caso de empresa individual e, em caso de sociedade empresária, ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, acompanhado da última alteração contratual ou consolidação contratual, devidamente registrados na Junta Comercial; (b) tratando-se de procurador, o instrumento de procuração público ou particular com firma reconhecida do qual constem poderes específicos para negociar preço, interpor recursos e desistir de sua interposição e praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, acompanhado do correspondente documento, dentre os indicados na alínea "a" anterior, que comprovem os poderes do mandante para a outorga. Além disso, o representante legal e o procurador deverão identificar-se exibindo documento oficial de identificação que contenha foto; (c) não será estabelecida uma quantidade máxima de representante credenciado por licitante, ficando essa escolha livre.

3. Qual a forma da 'solicitação formal' do Invólucro 1 e o que o portador deve apresentar para retirada?

Resposta: Por "solicitação formal" deve ser entendida solicitação escrita com timbre da empresa e identificação do portador responsável pela retirada do invólucro

Sobre Proposta Técnica

4. É permitida a apresentação de monstros para TV, rádio e demais meios nos exemplos de peças da Ideia Criativa?

Resposta: Sim. O Apêndice A (item 3.1, Subquesito 3 – Ideia Criativa, seção "Exemplos de Ações e/ou Peças de Comunicação Publicitária") admite expressamente a apresentação de exemplos sob a forma de "monstros" (leiautes eletrônicos), independentemente do meio de divulgação. Esses exemplos poderão conter todos os elementos de referência da peça, inclusive trilha sonora, vozes de personagens e locução, desde que assegurado o sigilo de sua autoria.

5. Os exemplos de peças da via apócrifa podem trazer a assinatura do TCE-PE e dos parceiros do Briefing (Escola de Contas, MPC-PE)? Onde obter a marca oficial e as marcas dos parceiros?

Resposta: Sim. A vedação prevista no Apêndice A alcança elementos que possibilitem a identificação da autoria da via apócrifa do Plano de Comunicação Publicitária. A assinatura do TCE-PE, assim como as da Escola de Contas e do MPC-PE, parceiros mencionados no item 10 do Apêndice D – Briefing, é comum a todas as licitantes e não se enquadra nessa vedação. As marcas do TCE-PE, da Escola de Contas e do MPC-PE podem ser obtidas nos respectivos sítios eletrônicos oficiais e, para conveniência das licitantes, serão disponibilizadas em anexo a este documento de respostas aos pedidos de esclarecimento.

6. O texto da Ideia Criativa (relação e descrição das peças) fica fora do limite de 15 páginas?

Resposta: Sim. Conforme esclarecimento publicado em resposta a um pedido de esclarecimento anterior: "o Edital não estabelece limite de páginas para a parte textual do Subquesito 3 – Ideia Criativa do Quesito I. O limite de 15 (quinze) páginas previsto no item 3.1 do Apêndice A do Termo de Referência alcança exclusivamente os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da Estratégia de Mídia e Não Mídia. Não se estende, portanto, à relação, descrição, especificação, finalidade e funções táticas das peças e ações propostas na Ideia Criativa".

7. Qual parâme tro de cobertura será julgado: RMR (TR 4.2) ou estado (Briefing)? Que fonte de audiência é aceita para o interior?

Resposta: Os parâmetros do exercício criativo são os fixados no Apêndice D – Briefing (itens 6, 7 e 8): cobertura superior a 60% da população-alvo em todo o Estado de Pernambuco e frequência eficaz de 9 impactos. Os parâmetros do item 4.2 do Termo de Referência destinam-se à classificação das campanhas na execução contratual (minuta do contrato, Cláusula Quarta, inciso III). O Edital não estabelece fonte de audiência específica. Cabe à licitante indicar as fontes e a metodologia adotadas, observado que a simulação de cobertura e frequência é exigida para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis (Apêndice A, item 3.1, Subquesito 4, alínea 2).

8. Títulos e intertítulos também devem estar em Arial 12?

Resposta: Sim. A alínea 8 das orientações de apresentação do Plano de Comunicação Publicitária (Apêndice A, item 3.1) aplica-se a todo o texto, inclusive títulos e intertítulos.

9. No Repertório, a vedação de identificar 'anunciantes' no pen drive vale só para exterior e metadados, já que peças e ficha técnica identificam o cliente?

Resposta: A identificação da licitante e de seu cliente nas peças e nas fichas técnicas do Repertório decorre de exigência expressa do item 3.3 do Apêndice A e não é alcançada pela vedação. A vedação incide sobre o próprio dispositivo: seu exterior, que pode conter apenas a marca de fabricante comum e usual no mercado, e a presença de conteúdos estranhos às peças, inclusive arquivos ocultos.

10. Para clientes privados sem contrato formal, o que substitui o 'número do contrato' na validação dos Relatos? A assinatura Gov.br avançada será aceita?

Resposta: A assinatura por meio da plataforma Gov.br é aceita, nos termos do art. 10, § 2º, da Medida Provisória nº 2.200-2/2001, a que remete o item 3.4 do Apêndice A, e do art. 4º, II, da Lei nº 14.063/2020. Quanto ao número do contrato, a exigência refere-se ao instrumento que formalizou a relação entre a licitante e o cliente. Inexistindo contrato escrito, a validação indicará a identificação do instrumento que a formalizou, como proposta aceita, ordem de serviço ou autorização de execução, restando preservada a finalidade de atestar a autenticidade do relato.

Sobre Preço

11. O Briefing (item 6) e o Apêndice A preveem honorários de 7% sobre veiculação em plataformas e veículos sem desconto de agência, mas o modelo do Apêndice B tem apenas três percentuais. Qual deles remunerará, na execução, essa intermediação?

Resposta: Na execução contratual, a intermediação da veiculação em plataformas de comunicação e divulgação que não concedam desconto de agência será remunerada pelo percentual de honorários sobre serviços complementares (Apêndice B, item 3, alínea 3; minuta do contrato, Cláusula Segunda, § 3º, inciso III). O Apêndice A (item 3.1, seção

"Orçamento") enquadra essas plataformas na categoria de formas inovadoras de comunicação publicitária. O percentual fixo de 7% previsto no item 6 do Briefing e no Apêndice A aplica-se exclusivamente ao exercício criativo, para padronizar a simulação orçamentária entre as licitantes.

12. A estimativa do Eixo 2 (TR 5.1) usa contratos diretos vigentes com rádios e jornais. No exercício da proposta de mídia do briefing devemos considerar esses contratos vigentes? A utilização dessas mídias same do valor total de R$ 853.000,00?

Resposta: Não. O exercício criativo é simulado e regido pelo Apêndice D – Briefing, que não contempla os contratos vigentes do TCE-PE. Toda divulgação proposta, inclusive em rádios e jornais, integra a verba referencial de R$ 853.000,00, nos termos do item 6 do Briefing e do Apêndice A (item 3.1, seção "Orçamento"), segundo o qual o orçamento total da campanha está limitado à verba referencial.

13. A estimativa do Eixo 2 (TR 5.1) usa contratos diretos vigentes com rádios e jornais. Após o novo contrato, essa veiculação passará a ser intermediada pela agência ou os contratos diretos seguirão até o termo?

Resposta: A veiculação em rádios e jornais integra o objeto da contratação e compõe seu valor estimado (Termo de Referência, itens 4.1 e 5.1, Eixo 2). Os serviços serão executados conforme a necessidade e a conveniência do TCE-PE, sem compromisso de execução integral (Termo de Referência, item 4.4; minuta do contrato, Cláusula Segunda, § 2º). Os contratos atualmente vigentes observarão os respectivos termos.

Sobre Habilitação

14. Edital 11.15 exige PL de 10%; Ap. C 3.2 exige índices ≥ 1 e PL só se algum for ≤ 1. Considerando o item 16.10: as exigências são cumulativas? Índice igual a 1 atende? Capital integralizado substitui o PL?

Resposta: (a) as exigências contidas no item 11.15 do Edital e item 3.2 do Anexo C ao Termo de Referência são cumulativas; (b) conforme estabelecido no item 3.2 do Anexo C ao Termo de Referência, serão aceitos índices iguais ou maior que 1; (c) o valor do capital integralizado não substitui o valor do patrimônio líquido, uma vez que este último representa a riqueza real da empresa em determinado momento, compreendendo o capital integralizado mais a soma dos lucros acumulados, reservas de lucros subtraído dos prejuízos acumulados.

15. A certidão de falência vale por 180 dias (Edital 11.27) ou 90 dias (Ap. C 3.2, Obs. 1)?

Resposta: A validade da certidão de falência é de 180 dias se outra não estiver estabelecida no corpo da certidão entregue pelo licitante.

16. Quais declarações são exigidas: as 5 do Anexo I, as 3 do Ap. C ou todas? Há modelo para 'elaboração independente' e 'fatos supervenientes'?"

Resposta: As declarações exigidas compreendem as do Anexo I ao Edital e as do Anexo C ao Termo de Referência; (b) não há modelo estabelecido para as declarações "elaboração independente" e "fatos supervenientes".

Imperioso consignar o caráter vinculativo e aditivo aos termos do Edital das respostas aos pedidos de esclarecimento em licitações, que possuem natureza vinculante para todos os participantes do certame, não se podendo admitir, quando da análise das propostas, interpretação distinta, sob pena de violação ao instrumento convocatório - Acórdão nº 179/2021 – Plenário - TCU.

Sendo o que se apresenta, nos colocamos à disposição para quaisquer esclarecimentos adicionais, respeitado o prazo estabelecido na norma supracitada.

Recife, 16 de outubro de 2026.

Documento assinado digitalmente
gov.br
MARCIA PATRICIA RIBEIRO GUALBERTO
Data: 16/10/2026 16:08:27-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

Márcia Patricia Ribeiro Gualberto

Agente de Contratação



TRIBUNAL DE CONTAS

PERNAMBUCO



MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS
PERNAMBUCO


MPC-PE



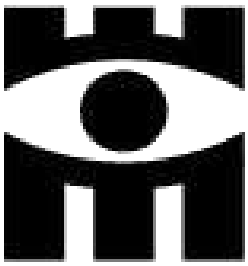
MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS
PERNAMBUCO


MPC-PE



MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS
PERNAMBUCO


MPC-PE



Escola de Contas Públicas

PROFESSOR BARRETO GUIMARÃES

TCEPE



Escola de Contas Públicas
PROFESSOR BARRETO GUIMARÃES

TCEPE



Escola de Contas Públicas
PROFESSOR BARRETO GUIMARÃES

TCEPE



Escola de Contas Públicas

PROFESSOR BARRETO GUIMARÃES

TCEPE


TRIBUNAL DE CONTAS
PERNAMBUCO