

**Memorando SECOM nº 104/2025**

**À Secretaria Municipal de Administração**

**Divisão de Licitações, Compras e Almoxarifado**

**Assunto:** Encaminhamento de resposta – Solicitação de esclarecimento sobre o Edital de Publicidade

Em atenção à **Solicitação de Esclarecimento – Concorrência Pública nº 001/2025 – Processo Administrativo nº 19824/2025**, transcrevemos abaixo a dúvida apresentada e as informações prestadas pela Prefeitura:

**Pergunta:**

“Iremos participar da Concorrência Pública nº 001/2025 e gostaríamos de saber, do Presidente da Comissão Especial de Licitação e encaminhadas para a Comissão Especial de Licitação (CEL), quais as **exigências quanto à tabulação dos textos da licitação** (formatação, alinhamento, fonte a ser utilizada, espaçamento entre linhas, margens, numeração de página), bem como quantas laudas por tópico (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia), visto que isso é determinante para a lisura do processo, considerando que, se cada participante fizer de forma diferente, torna-se facilmente identificável.”

**Resposta da área técnica:**

Todas as orientações e determinações quanto à forma de apresentação das propostas técnicas estão claramente expostas no edital de licitação e no Termo de Referência, que faz parte integrante do edital. Neste caso, as especificações encontram-se no **Termo de Referência – Anexo V, página 20**, conforme segue:

- **10.3 – O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada** deverá ser apresentado de acordo com a seguinte formatação:
  - a) Em papel tipo sulfite, A4 – com até 90 g/m<sup>2</sup>, branco;
  - b) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel sulfite branco, formato A4, branco e com até 90 g/m<sup>2</sup>;
  - c) Espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
  - d) Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
  - e) Espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos;
  - f) Alinhamento justificado do texto;
  - g) Texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, corpo 12 (doze);
  - h) Numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito.
- **10.4 – Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças da Ideia Criativa** estão limitados, no conjunto, a **10 (dez) páginas**, não computadas nesse limite a capa, contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

Atenciosamente,



**Karina Botião**

Secretária Municipal de Comunicação Social