

Assunto: **EDITAL CONCORRÊNCIA 01/2026**
De: DEM.Advocacia <dem.advocacia1@gmail.com>
Para: <licitacao@pilardosul.sp.gov.br>
Data: 10/07/2026 08:33



À
Prefeitura Municipal de Pilar do Sul
Departamento de Licitações

Ref.: **Concorrência Presencial nº 01/2026**
Processo Administrativo Eletrônico nº **10894/2025**
Objeto: Contratação de agência de publicidade

Prezados Senhores,

Na qualidade de interessado na Concorrência Presencial nº 01/2026, vem-se, respeitosamente, apresentar o presente PEDIDO DE ESCLARECIMENTOS, com o objetivo de assegurar a correta compreensão das regras do certame e a adequada elaboração da proposta técnica.

Após análise do Edital, do Termo de Referência e do Anexo III - Briefing, foram identificados pontos que merecem esclarecimento objetivo por parte da Administração, especialmente por impactarem a interpretação das premissas técnicas a serem observadas pelas licitantes, quais sejam:

1. Divergência entre verba simulada do Termo de Referência e do Briefing

O item 3.3.6.4 do Termo de Referência estabelece que a Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá considerar "simulação de plano de distribuição com investimento integral simulado de R\$ 280.000,00". Entretanto, o Anexo III - Briefing informa, no item "Plano de Mídia", "Orçamento Total: R\$ 160.000,00", com duração de campanha de 30 dias e praça na Região Metropolitana de Sorocaba.

Considerando que a verba referencial impacta diretamente a definição de meios, cobertura, frequência, formatos, alcance, distribuição da verba e estratégia de mídia, solicita-se esclarecimento:

- a) Qual valor deverá ser obrigatoriamente utilizado pelas licitantes na elaboração da Estratégia de Mídia e Não Mídia: R\$ 280.000,00 ou R\$ 160.000,00?
- b) A Administração promoverá retificação do edital ou do briefing para unificar a verba referencial da campanha simulada?

2. Dados geográficos e de acesso ao município

O Briefing informa que Pilar do Sul está localizada a cerca de 40 km de Sorocaba e possui acesso pelas rodovias SP-79 e SP-264.

Para evitar divergência na construção do diagnóstico e da estratégia de comunicação, solicita-se esclarecimento:

- a) A distância de aproximadamente 40 km de Sorocaba deverá ser considerada como referência oficial para fins da proposta técnica?
- b) As rodovias SP-79 e SP-264 deverão ser adotadas como referências oficiais de acesso ao município?
- c) Considerando que há referências públicas de rota indicando distância rodoviária próxima de 50 km entre Sorocaba e Pilar do Sul, bem como menções à SP-250 em trajetos relacionados ao município, a Administração confirma os dados constantes do Briefing ou pretende retificá-los?

3. Nome da campanha e slogan indicados no Briefing

O Anexo III informa que, para a campanha simulada, já estão definidos:

Nome da campanha: "Pilar do Sul - Terra de Origem e Futuro"

Slogan: "É aqui que a gente cresce."Solicita-se esclarecimento:

- a) A utilização do nome da campanha e do slogan indicados no Briefing é condição obrigatória para elaboração da proposta técnica?
- b) Esses elementos serão considerados diretrizes fixas de branding ou referências conceituais para desenvolvimento da identidade visual e narrativa da campanha?
- c) A Subcomissão Técnica avaliará a criatividade das licitantes a partir dos desdobramentos desses elementos ou será admitida interpretação criativa complementar?

4. Referências a outro município e inconsistências formais

Foram identificadas referências a outro município, especialmente Salto de Pirapora, em trechos do Termo de Referência, além de campos incompletos no modelo de proposta e inconsistências formais em anexos do Edital.Solicita-se esclarecimento:

- a) A Administração confirma que todas as referências a município diverso de Pilar do Sul devem ser desconsideradas?
- b) Haverá correção formal dos trechos que mencionam Salto de Pirapora ou outro município diverso?
- c) As eventuais inconsistências materiais dos anexos serão objeto de retificação antes da data de entrega dos envelopes?

5. Via identificada do Plano de Comunicação Publicitária

O item 2.1.2 do Edital informa que o Envelope 2 deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada, com o mesmo teor da via não identificada, com exceção dos exemplos de peças referentes à Ideia Criativa.Por outro lado, o item 3.3.7 do Termo de Referência menciona que a via identificada deverá constituir-se em "cópia exata" da via não identificada.Para fins de correta montagem dos invólucros, solicita-se esclarecer se a Via Identificada deverá reproduzir integralmente a Via Não Identificada, inclusive com os exemplos de peças da Ideia Criativa, ou se deverá observar a exceção prevista no item 2.1.2 do Edital.

Requerimentos finais

Diante dos pontos acima, solicita-se:

- a) o recebimento e processamento do presente pedido de esclarecimentos;
- b) a apresentação de respostas objetivas aos questionamentos formulados;
- c) caso as respostas impliquem alteração das premissas técnicas, a retificação do Edital, do Termo de Referência ou do Anexo III - Briefing, conforme o caso;
- d) a disponibilização da resposta no sítio eletrônico oficial da Prefeitura, nos termos do próprio Edital.

Solicita-se, por gentileza, confirmação de recebimento deste e-mail.

Termos em que solicito esclarecimentos.

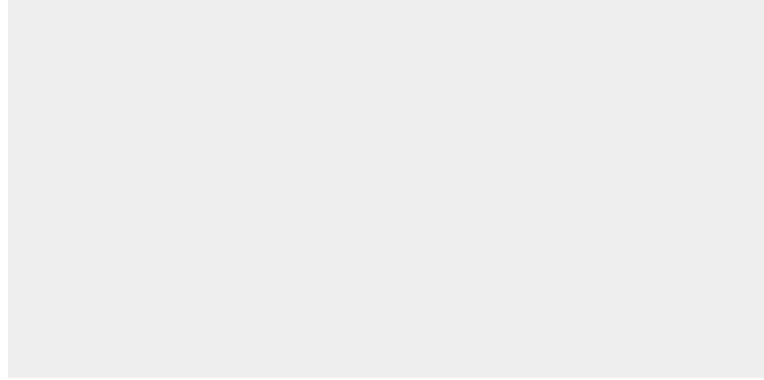
Att.

Denilson Eron Marcelino

Advogado OAB/SC 23.932

Fones: 47-3044.3110, 47-99963.8020

--



Assunto: **Pedido de esclarecimentos | Concorrência Presencial nº 01/2026**
De: contato@dotpubli.com.br <contato@dotpubli.com.br>
Para: licitacao@pilardosul.sp.gov.br <licitacao@pilardosul.sp.gov.br>
Data: 16/07/2026 08:38



Caros, bom dia!

Como interessados em participar da Concorrência Presencial nº 01/2026 para contratação de agência de publicidade, vimos, respeitosamente, com fundamento no item 6 do edital e na legislação aplicável, solicitar os seguintes esclarecimentos:

1. Apresentação dos exemplos da Ideia Criativa (item 3.3.6.3) e relatos (item 3.3.10)

1.1. O subitem 3.3.6.3 estabelece que a "Ideia Criativa" deve contemplar a apresentação de campanha publicitária contendo a relação de todas as peças comentadas, devendo escolher e apresentar 10 (dez) peças como exemplos para corporificar objetivamente a solução. Nesse sentido, solicitamos esclarecer se esses 10 exemplos de peças devem ser apresentados "soltos", em arquivos/cadernos apartados do Plano de Comunicação Publicitária.

1.2. O subitem 3.3.10 trata dos "Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação", prevendo a apresentação de 2 (dois) relatos de casos bem-sucedidos, com limite máximo de 2 páginas por relato, devidamente referendados pelos respectivos clientes. Solicitamos esclarecer se, nesses relatos, é permitido incluir imagens ou reproduções de peças publicitárias relacionadas aos casos descritos, e, em caso positivo, qual o limite de quantidade ou formato dessas peças, para que não haja dúvida quanto ao cumprimento do limite de páginas estabelecido no subitem 3.3.10.

2. Uso obrigatório ou não do conceito "Pilar do Sul – Terra de Origem e Futuro"

2.1. O edital informa que integra o instrumento, como Anexo VI, o Briefing elaborado pela Administração, nos termos do art. 6, II, da Lei nº 12.232/2010, com informações sobre a realidade, desafios e objetivos de comunicação institucional da Prefeitura. Tendo em vista que esse Briefing define a campanha como "Pilar do Sul – Terra de Origem e Futuro", solicitamos esclarecer se há obrigatoriedade de utilizar exatamente essa expressão como conceito central da campanha proposta na Ideia Criativa (item 3.3.6.3), ou se é possível apresentar variações e/ou conceitos distintos, desde que alinhados às diretrizes estratégicas e objetivos descritos no Briefing e no Termo de Referência.

3. Disponibilização da marca institucional mencionada no edital

3.1. Considerando que o edital e seus anexos fazem referência à comunicação institucional da Prefeitura Municipal de Pilar do Sul e que a correta aplicação da identidade visual oficial é fundamental para a elaboração da proposta técnica, solicitamos a disponibilização da marca/logotipo institucional citada, em arquivos digitais adequados (preferencialmente em formatos vetorizados, como AI, EPS ou SVG, e versões em alta resolução), bem como eventuais manuais ou orientações de uso (cores, tipografia, aplicações mínimas), para que as peças exemplificativas e demais materiais do Plano de Comunicação Publicitária possam ser desenvolvidos em conformidade com a identidade visual oficial do Município.

4. Retirada do envelope padronizado nº 1 na data da sessão

4.1. O edital estabelece que os envelopes nº 01, 02, 03 e 04 devem ser protocolados no Departamento de Licitações e entregues até as 09h00 do dia 19 de agosto de 2026, sendo a abertura dos envelopes realizada na mesma data, às 09h00, em sessão pública. Também consta no item 2.1.1, alínea "b1", que o envelope padronizado nº 1 deverá ser retirado a partir de 24/06/2026, no Departamento de Licitações, de segunda a sexta-feira, das 08h00 às 17h00.

4.2. Considerando que o horário de funcionamento da Prefeitura se inicia às 08h00 e que a sessão pública de entrega e abertura dos envelopes está marcada para as 09h00 do dia 19/08/2026, solicitamos esclarecer se é permitido retirar o envelope padronizado nº 1 (Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária) na própria data da sessão, entre 08h00 e 09h00, ou se a Administração exige que a retirada ocorra apenas em data anterior à sessão, dentro do período mencionado no subitem 2.1.1.b1.

Nestes termos, aguardamos os esclarecimentos a fim de assegurar a plena observância das exigências editalícias e a elaboração da proposta em conformidade com as normas estabelecidas.

Atenciosamente,

Assunto: **Pedido de esclarecimentos – Concorrência Presencial nº 01/2026**
De: VARGON Comunicação <contato@vargon.com.br>
Para: <licitacao@pilardosul.sp.gov.br>
Data: 24/07/2026 08:49



Prezados(as),

Em atenção à Concorrência Presencial nº 01/2026, referente à contratação de agência de publicidade para prestação de serviços técnicos especializados, solicitamos, respeitosamente, a gentileza de prestar esclarecimentos acerca dos pontos abaixo, a fim de assegurar a adequada elaboração da proposta técnica e o pleno atendimento às exigências editalícias.

1. Estratégia de Mídia e Não Mídia – verba referencial

O item 3.3.6.4 do Termo de Referência prevê a elaboração da estratégia de mídia e não mídia com simulação de plano de distribuição com investimento integral simulado de **R\$ 280.000,00**. Contudo, o briefing informa, em seu Plano de Mídia, **orçamento total de R\$ 160.000,00**, com duração de 30 dias e praça na Região Metropolitana de Sorocaba. Diante dessa divergência, solicitamos esclarecer **qual verba deve ser considerada como referência para a elaboração da simulação do plano de mídia**: o valor de R\$ 280.000,00 indicado no item 3.3.6.4 ou o valor de R\$ 160.000,00 constante do briefing.

2. Apresentação dos exemplos da Ideia Criativa e dos relatos

2.1. O subitem 3.3.6.3 dispõe que a Ideia Criativa deve contemplar a apresentação de campanha publicitária contendo a relação de todas as peças comentadas, devendo ser escolhidas e apresentadas 10 (dez) peças como exemplos para corporificar objetivamente a solução. Nesse sentido, solicitamos esclarecer se esses 10 exemplos de peças devem ser apresentados **em caderno/arquivo apartado**, separado do Plano de Comunicação Publicitária, ou se devem compor o próprio corpo do plano.

2.2. O subitem 3.3.10 trata dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, prevendo a apresentação de 2 (dois) relatos de casos bem-sucedidos, com limite máximo de 2 páginas por relato. Solicitamos esclarecer se, nesses relatos, é permitido incluir **imagens, reproduções ou peças publicitárias** relacionadas aos casos descritos e, em caso positivo, se há limite de quantidade, formato ou extensão para tais inserções, de modo a não ultrapassar o limite de páginas previsto no edital.

3. Uso obrigatório do conceito “Pilar do Sul – Terra de Origem e Futuro”

Considerando que o Briefing indica como nome da campanha “Pilar do Sul – Terra de Origem e Futuro”, solicitamos esclarecer se há **obrigatoriedade de utilização exata dessa expressão como conceito central da Ideia Criativa**, ou se é admitida a apresentação de variações e/ou conceitos distintos, desde que alinhados às diretrizes estratégicas e aos objetivos de comunicação previstos no edital e em seus anexos.

4. Disponibilização da marca institucional

Tendo em vista que o edital e seus anexos fazem referência à comunicação institucional da Prefeitura e que a correta aplicação da identidade visual é fundamental para a elaboração da proposta técnica, solicitamos a disponibilização da **marca/logotipo institucional**, preferencialmente em arquivos editáveis/vetorizados, bem como eventuais manuais de uso, padrões cromáticos e orientações de aplicação, para viabilizar a elaboração das peças exemplificativas em conformidade com a identidade visual oficial do Município.

5. Retirada do envelope padronizado nº 1 na data da sessão

O edital informa que o envelope padronizado nº 1 poderá ser retirado a partir de 24/06/2026, no Departamento de Licitações, de segunda a sexta-feira, das 08h00 às 17h00, e que a sessão pública ocorrerá em 19/08/2026 às 09h00. Diante disso, solicitamos esclarecer se a retirada do envelope padronizado nº 1 poderá ocorrer **na própria data da sessão, entre 08h00 e 09h00**, ou se a Administração exige que a retirada seja feita **apenas em data anterior à sessão**, dentro do período indicado no edital.

Desde já, agradecemos a atenção e aguardamos o devido retorno.

Atenciosamente,

--

VARGON
COMUNICAÇÃO

Mais que
publicidade,
estratégia
com propósito.



P.A. 10894/2025

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL 1/2026

Diante dos questionamentos apresentados pela empresa não identificada, cujo e-mail é contato@dotpubli.com.br, esclarecemos:

Questão 1.1. O subitem 3.3.6.3 estabelece que a "Ideia Criava" deve contemplar a apresentação de campanha publicitária contendo a relação de todas as peças comentadas, devendo escolher e apresentar 10 (dez) peças como exemplos para corporificar objetivamente a solução. Nesse sendo, solicitamos esclarecer se esses 10 exemplos de peças devem ser apresentados "soltos", em arquivos/cadernos apartados do Plano de Comunicação Publicitária.

Resposta: Sim, as peças deverão ser apresentadas soltas. Esclarece-se que o edital será retificado e republicado com as orientações adequadas.

Questão 1.2. O subitem 3.3.10 trata dos "Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação", prevendo a apresentação de 2 (dois) relatos de casos bem-sucedidos, com limite máximo de 2 páginas por relato, devidamente referendados pelos respectivos clientes. Solicitamos esclarecer se, nesses relatos, é permitido incluir imagens ou reproduções de peças publicitárias relacionadas aos casos descritos, e, em caso positivo, qual o limite de quantidade ou formato dessas peças, para que não haja dúvida quanto ao cumprimento do limite de páginas estabelecido no subitem 3.3.10.

Resposta: Poderão ser incluídas imagens ou reproduções de peças publicitárias relacionadas aos casos descritos dentro do limite de duas páginas.

Questão 2.1. O edital informa que integra o instrumento, como Anexo III, o Briefing elaborado pela Administração, nos termos do art. 6, II, da Lei nº 12.232/2010, com informações sobre a realidade, desafios e objetivos de comunicação institucional da Prefeitura. Tendo em vista que esse Briefing define a campanha como "Pilar do Sul – Terra de Origem e Futuro", solicitamos esclarecer se há obrigatoriedade de utilizar exatamente essa expressão como conceito central da campanha proposta na Ideia Criava (item 3.3.6.3), ou se é possível apresentar variações e/ou conceitos distintos, desde que alinhados às diretrizes estratégicas e objetivos descritos no Briefing e no Termo de Referência.

Sim, visando a equidade entre os participantes, o uso da expressão será obrigatório para todos os licitantes.

Questão 3.1. Considerando que o edital e seus anexos fazem referência à comunicação institucional da Prefeitura Municipal de Pilar do Sul e que a correta aplicação da identidade visual oficial é fundamental para a elaboração da proposta técnica, solicitamos a disponibilização da marca/logotipo institucional citada, em arquivos digitais adequados (preferencialmente em formatos vetorizados, como AI, EPS ou SVG, e versões em alta resolução), bem como eventuais manuais ou orientações de uso (cores, tipografia, aplicações mínimas), para que as peças exemplificadas e demais materiais do Plano de Comunicação Publicitária possam ser desenvolvidos em conformidade com a identidade visual oficial do Município.

Resposta: As imagens podem ser obtidas pelos interessados no link: <http://www.pilardosul.sp.gov.br/cidade/simbolo>

Questão 4.1. O edital estabelece que os envelopes nº 01, 02, 03 e 04 devem ser protocolados no Departamento de Licitações e entregues até as 09h00 do dia 19 de agosto de 2026, sendo a





abertura dos envelopes realizada na mesma data, às 09h00, em sessão pública. Também consta no item 2.1.1, alínea "b1", que o envelope padronizado nº 1 deverá ser retirado a partir de 24/06/2026, no Departamento de Licitações, de segunda a sexta-feira, das 08h00 às 17h00.

Considerando que o horário de funcionamento da Prefeitura se inicia às 08h00 e que a sessão pública de entrega e abertura dos envelopes está marcada para as 09h00 do dia 19/08/2026, solicitamos esclarecer se é permitido retirar envelope padronizado nº 1 (Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária) na própria data da sessão, entre 08h00 e 09h00, ou se a Administração exige que a retirada ocorra apenas em data anterior à sessão, dentro do período mencionado no subitem 2.1.1.b1.

Resposta: A data limite será conforme disposto no edital.

Diante dos questionamentos apresentados por Denilson Eron Marcelino, esclarecemos:

Questão 1. Divergência entre verba simulada do Termo de Referência e do Briefing

O item 3.3.6.4 do Termo de Referência estabelece que a Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá considerar "simulação de plano de distribuição com investimento integral simulado de R\$ 280.000,00". Entretanto, o Anexo III - Briefing informa, no item "Plano de Mídia", "Orçamento Total: R\$ 160.000,00", com duração de campanha de 30 dias e praça na Região Metropolitana de Sorocaba.

Considerando que a verba referencial impacta diretamente a definição de meios, cobertura, frequência, formatos, alcance, distribuição da verba e estratégia de mídia, solicita-se esclarecimento:

- a) Qual valor deverá ser obrigatoriamente utilizado pelas licitantes na elaboração da Estratégia de Mídia e Não Mídia: R\$ 280.000,00 ou R\$ 160.000,00?

Resposta: R\$ 160.000,00

- b) A Administração promoverá retificação do edital ou do briefing para unificar a verba referencial da campanha simulada.

Resposta: Sim. Visando esclarecer esses e outros questionamentos, será republicado o edital e briefing devidamente corrigidos e aclarados.

Questão 2. Dados geográficos e de acesso ao município

O Briefing informa que Pilar do Sul está localizado a cerca de 40 km de Sorocaba e possui acesso pelas rodovias SP-79 e SP-264. Para evitar divergência na construção do diagnóstico e da estratégia de comunicação, solicita-se esclarecimento:

- a) A distância de aproximadamente 40 km de Sorocaba deverá ser considerada como referência oficial para fins da proposta técnica?

Resposta: A distância correta é de aproximadamente 52 km de Sorocaba, com acesso pela SP-264. O Briefing será corrigido e republicado.

- b) As rodovias SP-79 e SP-264 deverão ser adotadas como referências oficiais de acesso ao município?

Resposta: Não. Apenas a SP-264, conforme resposta anterior.





Considerando que há referências públicas de rota indicando distância rodoviária próxima de 50 km entre Sorocaba e Pilar do Sul, bem como menções à SP-250 em trajetos relacionados ao município, a Administração confirma os dados constantes do Briefing ou pretende retificá-los?

Resposta: Não localizamos menção à SP-250. O briefing será republicado, conforme respostas anteriores.

Questão 3. Nome da campanha e slogan indicados no Briefing

O Anexo III informa que, para a campanha simulada, já estão definidos:

Nome da campanha: "Pilar do Sul - Terra de Origem e Futuro"

Slogan: "É aqui que a gente cresce." Solicita-se esclarecimento:

a) A utilização do nome da campanha e do slogan indicados no Briefing é condição obrigatória para elaboração da proposta técnica?

Resposta: Sim, conforme edital.

b) Esses elementos serão considerados diretrizes fixas de branding ou referências conceituais para desenvolvimento da identidade visual e narrativa da campanha?

Resposta: Sim.

A Subcomissão Técnica avaliará a criatividade das licitantes a partir dos desdobramentos desses elementos ou será admitida interpretação criativa complementar?

Resposta: Sim, a Subcomissão Técnica avaliará a criatividade das licitantes a partir dos desdobramentos desses elementos. Sobre o tema e slogan da campanha não será admitida interpretação complementar.

Questão 4. Referências a outro município e inconsistências formais

Foram identificadas referências a outro município, especialmente Salto de Pirapora, em trechos do Termo de Referência, além de campos incompletos no modelo de proposta e inconsistências formais em anexos do Edital.

Solicita-se esclarecimento:

a) A Administração confirma que todas as referências a município diverso de Pilar do Sul devem ser desconsideradas?

Resposta: Sim.

b) Haverá correção formal dos trechos que mencionam Salto de Pirapora ou outro município diverso?

Resposta: Sim.

c) As eventuais inconsistências materiais dos anexos serão objeto de retificação antes da data de entrega dos envelopes.

Resposta: Sim.

Questão 5. Via identificada do Plano de Comunicação Publicitária

O item 2.1.2 do Edital informa que o Envelope 2 deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, com o mesmo teor da via não identificada, com exceção dos exemplos de peças referentes à Ideia Criativa. Por outro lado, o item 3.3.7 do Termo de





PREFEITURA MUNICIPAL DE PILAR DO SUL

PAÇO MUNICIPAL PREFEITO JOÃO URIAS DE MOURA

RUA TENENTE ALMEIDA, 265 - CENTRO - CEP 18.185-000 - TEL/FAX 15. 3278-9700 - CENTRO - PILAR DO SUL - SP

www.pilardosul.sp.gov.br

Referência menciona que a via identificada deverá constituir-se em "cópia exata" da via não identificada. Para fins de correta montagem dos invólucros, solicita-se esclarecer se a Via Identificada deverá reproduzir integralmente a Via Não Identificada, inclusive com os exemplos de peças da Ideia Criativa, ou se deverá observar a exceção prevista no item 2.1.2 do Edital.

Resposta: O envelope 2 deverá ser entregue conforme exigência do Termo de referência. O Edital será republicado.

Quanto aos questionamentos apresentados por VARGON Comunicação:

Resposta: Os questionamentos feitos por essa empresa já foram respondidos nos questionamentos anteriores.

Marcos Augusto de Góis Vieira

Secretário de Governo e Relações Institucionais
Prefeitura Municipal de Pilar do Sul





PREFEITURA DE PILAR DO SUL
RUA TEN ALMEIDA
PILAR DO SUL - CEP - 18.185-000
(15) 3278-9700



CÓDIGO DE ACESSO
EB21BB128A28436FA51972BB8055529B

VERIFICAÇÃO DAS ASSINATURAS

Este documento foi assinado digitalmente/eletronicamente pelos seguintes signatários nas datas indicadas



Assinante: MARCOS AUGUSTO DE GOIS VIEIRA em 27/07/2026 10:41:13
CPF:***.***.728-46
Certificadora: MUNICÍPIO DE PILAR DO SUL - CA

Para verificar a validade das assinaturas acesse o link abaixo

<https://pilardosul.flowdocs.com.br:2096/public/assinaturas/EB21BB128A28436FA51972BB8055529B>