

RESPOSTAS AO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO Nº 01

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/CPB/2026

Em atenção ao pedido de esclarecimento suscitado pela Empresa VERSÃO BR COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA, CNPJ nº 04.491.116/0001-21, segue resposta:

PERGUNTA 01: O item 11.3.4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia, letra b) fala que a simulação do plano de distribuição deve levar em conta uma verba de R\$ 100.000,00 para toda campanha; já nas CONSIDERAÇÕES FINAIS do ANEXO I.1 BRIEFING fala que a primeira fase da campanha deverá acontecer entre agosto, marco dos dois anos para os Jogos, e dezembro de 2026, com verba estimada de R\$ 2,5 milhões. Pela abrangência e importância da campanha está correto nosso entendimento de que a verba para o plano de distribuição da campanha a ser apresentada na licitação é na verdade de R\$ 2,5 milhões?

Resposta: O item 11.3.4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia, letra “b”, menciona o valor de R\$ 100.000,00 para fins de simulação do plano de distribuição. Contudo, conforme disposto nas Considerações Finais do ANEXO I.1 – Briefing, a campanha possui previsão estimada de investimento de R\$ 2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais) para sua primeira fase, compreendida entre agosto e dezembro de 2026.

Dessa forma, esclarece-se que a proposta técnica a ser apresentada deverá considerar o escopo integral da campanha previsto no briefing e respectiva verba estimada de R\$ 2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais), contemplando todas as entregas, estratégias e desdobramentos previstos para a Campanha 360º LA 2028.

PERGUNTA 02: O item 11.8.1.1 diz que as peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2016/2021, assim como o item 11.10.2 diz que as propostas de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementadas a partir de 01.01.2026/2021. Já no ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA, ITEM 17 diz que as peças do repertório devem ter sido veiculadas a partir de 01.01.2025. Afinal de contas, a data que vale é a partir de 2016, 2021 ou 2025?

Resposta: Para fins da presente Licitação, a data de veiculação correta é a partir de 2025. Desconsidere as demais datas.

PERGUNTA 03: O item 9.1.1.4 diz que o invólucro No. 01 deverá estar lacrado, sem fechamento e sem rubrica que possibilitem sua identificação e o item 15.2 do TERMO DE REFERÊNCIA diz que a proposta deverá ser entregue exclusivamente em formato físico, impressa em via única, lacrada..... Dúvida: se a proposta está lacrada não tem como ser sem fechamento pois o fechamento é o que lacra a proposta. Diante disso: a proposta deve ser lacrada ou deve ser entregue sem fechamento?;

Resposta: Nesse passo, esclarecemos que o invólucro nº 1 deverá ser entregue sem fechamento e sem rubrica, pois será lacrado na Sessão Pública pela Comissão Permanente de Aquisições – CPA- do Comitê Paralímpico Brasileiro.

PERGUNTA 04: Não entendemos o que o item 15.4 significa quando traz o seguinte: “Deve ser apresentada em documento impresso separado, nomeado apenas com o título “Proposta Criativa – CAMPANHA 360º. LA 2028” e Acondicionado em envelope interno lacrado, dentro do envelope geral da proposta. Pode ser mais claro e objetivo?

Resposta: O item 15.4 refere-se à apresentação da proposta criativa da campanha, contendo conceito criativo, linha visual, defesa conceitual e key visuals relacionados ao briefing da Campanha 360º LA 2028.

O material deverá ser apresentado separadamente da proposta técnica principal, em documento próprio, identificado exclusivamente com o título “Proposta Criativa – CAMPANHA 360º LA 2028”, acondicionado em envelope interno lacrado dentro do envelope geral da proposta, conforme previsto no edital.

A separação do material tem como finalidade permitir avaliação específica pela banca técnica quanto aos elementos criativos e conceituais apresentados pelas licitantes.

PERGUNTA 05: O anexo “ESCOPO DE SERVIÇOS” é apenas um guia para a agência licitante saber como vai transcorrer o contrato? Não faz parte do briefing, certo? Pois na parte de ORÇAMENTO traz no No. 4 – Fee de agência e demais custos operacionais (o que não se aplica na presente licitação) e no No. 5. Previsão de Impostos e demais taxas (também não se aplica na presente licitação. Está correto nosso entendimento?

Resposta: O anexo “Escopo de Serviços” possui caráter orientativo e tem como finalidade apresentar às licitantes a dinâmica operacional prevista para futura execução contratual, não integrando diretamente o briefing criativo da campanha.

Para fins de apresentação da proposta técnica relacionada ao briefing da Campanha 360º LA 2028, não é necessária a composição detalhada de fee de agência, tributos, encargos operacionais ou demais custos administrativos vinculados à futura execução contratual.

Entretanto, esclarece-se que tais elementos comporão regularmente a execução do contrato administrativo decorrente da presente concorrência, conforme modelo de remuneração, regras contratuais e disposições previstas no edital e anexos aplicáveis.

PERGUNTA 06: O ANEXO II – MODELO DE PRPOSTA DE PREÇOS – traz o termo “Pregão Eletrônico” ao invés de Concorrência Presencial. Por gentileza, corrigir

Resposta: Favor considerar o termo '**Concorrência Presencial**' como o correto no Anexo II.

PERGUNTA 07: O item 16.6. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO – FINANCEIRA , letra b) e b3) está correto nosso entendimento de que o Balaço Patrimonial e Demonstrações Contábeis devem seguir as NBCs – Normas Brasileiras de Contabilidade – emitidas pelo CFC – Conselho Federal de Contabilidade?

Resposta: Sim. O entedimento da Licitante está correto. Os Balanços Patrimoniais devem ser apresentados conforme a legislação vigente e as Normas Brasileiras de Contabilidade.

São Paulo, 26 de maio de 2026.

Paulo Vitor Urbano dos Santos
Membro da Comissão Permanente de Aquisições



Thaysa Torres Cintra
Diretoria de Marketing e Comunicação