



Outlook

RE: Solicitação de Esclarecimento - Concorrência nº 01/2025 Agência de Propaganda

De Licitações do CNMP <licitacoes@cnmp.mp.br>**Data** Seg, 1/9/2025 09:33**Para** Nimbus <licitacoesnimbus@gmail.com>

Prezados, bom dia. Segue abaixo resposta da SECOM/CNMP, ao vosso pedido de esclarecimento.

Att,

Marciel Silva
Agente de Contratação

Prezados,

A verba referencial de R\$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais), mencionada no briefing, deve ser entendida como valor-teto para fins de planejamento e distribuição dos recursos previstos no plano de mídia. Isso inclui inserções em veículos de comunicação, produção, execução técnica e demais itens descritos no edital.

Além disso, essa verba também serve como parâmetro de avaliação nos subquesitos do julgamento técnico:

- “Ideia criativa”, para verificar a exequibilidade das peças e dos elementos propostos;
- “Estratégia de mídia e não mídia”, para análise da coerência na alocação dos recursos.

Sendo assim, cabe ressaltar que está correto o entendimento: o plano de mídia não deverá prever custos de criação, mas sim utilizar a verba referencial do briefing para o que se pede no edital, conforme descrito acima.

Natália Senna

Secretária de Comunicação Social

Secretaria de Comunicação Social

Conselho Nacional do Ministério Público

www.cnmp.mp.br

De: Licitações do CNMP <licitacoes@cnmp.mp.br>**Enviado:** quinta-feira, 28 de agosto de 2025 13:41**Para:** Nimbus <licitacoesnimbus@gmail.com>**Assunto:** RE: Solicitação de Esclarecimento - Concorrência nº 01/2025 Agência de Propaganda

Prezado César,

Informo que o seu pedido de esclarecimento não havia sido identificado anteriormente, mas,

somente agora. Assim, remetendo-o para a Secretária de Comunicação, para elaboração de resposta o mais breve possível.

Att,

Marciel Silva
Agente de Contratação

De: Nimbus <licitacoesnimbus@gmail.com>

Enviado: quinta-feira, 28 de agosto de 2025 11:31

Para: Licitações do CNMP <licitacoes@cnmp.mp.br>

Assunto: Re: Solicitação de Esclarecimento - Concorrência nº 01/2025 Agência de Propaganda

Prezados,

Não tivemos nenhum retorno sobre o email.

Qual a previsão de resposta deste esclarecimento?

Em seg., 25 de ago. de 2025 às 19:00, Nimbus <licitacoesnimbus@gmail.com> escreveu:

Ao

Conselho Nacional do Ministério Público - CNMP

Comissão de Licitação

Ref.: Concorrência 01/2025 - Agência de Propaganda

Prezados Senhores,

A **NIMBUS PUBLICIDADE LTDA**, inscrita no CNPJ Nº. 34.230.123/0001-30; sediada na cidade de Brasília-DF, por meio de seu Representante Legal, visando a participação no processo licitatório de Concorrência 01/2025, solicita os seguintes esclarecimentos em anexo.

Pergunta 01

Considerando o questionamento realizado sobre o plano de mídia, em relação à inclusão de custos de criação no plano de mídia, tal exigência não está em consonância com a ampla maioria dos editais de licitação de agência de publicidade, bem como não vai de encontro com a INSTRUÇÃO NORMATIVA SECOM/PR Nº 1, DE 19 DE JUNHO DE 2023, que é norma para licitação e contratações de publicidade, vejamos:

O Art. 20 da Instrução Normativa, descreve o que deverá constar no plano de mídia e **NÃO** solicita a inclusão dos custos de criação, isso porque tal inclusão pode gerar condições diferentes de participação entre as agências, inclusive identificação da autoria, em função de qual custo de criação aplicar, uma vez que o valor referencial é da Tabela SINAPRO, seguido por desconto das agências.

"Art. 20. O plano simulado de distribuição das peças ou do material da estratégia de mídia e não mídia, como parte integrante do plano de comunicação publicitária, baseado no valor referencial contido no Briefing, conterà informações sobre:

I - o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;

II - as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação/plataformas digitais de comunicação;

III - os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia;

IV - os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em plataformas digitais de comunicação, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia ou, inexistindo essa, os preços simulados pelas plataformas;

V - os valores absolutos e percentuais alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação/plataformas digitais de comunicação;

VI - os valores absolutos e percentuais alocados na produção de cada peça ou material publicitário de não mídia; e

VII - as quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de não mídia."

Desta forma, acertadamente o edital NÃO exige a inclusão dos custos de criação no plano, conforme descrito abaixo e em plena observância a Instrução Normativa da SECOM.

8.4.4.2. O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a. o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;
- b. as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c. os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d. os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação;
- e. as quantidades a serem produzidas de cada peça publicitária de não mídia;
- f. os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça publicitária de não mídia;
- g. os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia; e
- h. os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

O único local que pede inclusão de custos de criação é no briefing, podendo ser corrigido via errata, uma vez que o Edital acertadamente e seguindo a Instrução Normativa da SECOM não exigiu a inclusão de custos de criação no plano de mídia (exercício da campanha).

Diferentemente do contrato, onde todos os custos estão inclusos e de fato serão aplicados conforme desconto oferecido pela agência vencedora, no envelope 01 Plano de Comunicação Não Identificada, o desconto de cada agência não pode ser apresentado para evitar identificação

da Autoria, conforme previsto no edital.

Sendo assim, entendemos que no Plano de Mídia do Envelope 01, não deverá ser incluído custos de criação, mas sim os custos de veiculação, produção/execução e desenvolvimento de formas inovadoras, conforme previsto no item 8.4.4.2 do edital e Instrução Normativa da SECOM. Está correto o nosso entendimento?

Desde já agradecemos a atenção.

Nimbus Publicidade
César Augusto
(61) 99157-5173