



**CÂMARA MUNICIPAL  
NOVA LIMA**

**4<sup>a</sup> ERRATA DE EDITAL DE CONCORRÊNCIA**

A Administração Pública, por meio da Comissão de Contratação, no uso de suas atribuições legais, torna pública a presente **ERRATA** para esclarecimento de informações constantes no Edital de Concorrência nº 001/2025, nos seguintes termos:

**ONDE SE LÊ, NA PÁGINA 14:**

“9.1 d, II: Os documentos a serem inseridos neste envelope, Planilha de Preços e Declarações dos itens 12.3 e 12.4, deverão ser redigidos em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel contendo o timbre da empresa, endereço completo, número do telefone, e assinados por quem detenha poderes de representação legal da proponente, ou de seu procurador legalmente constituído, na forma de seus atos constitutivos.”

**LEIA-SE:**

“9.1 d, II: Os documentos a serem inseridos neste envelope, compreendendo a Planilha de Preços e a declaração prevista no item 12.3 (já contida na proposta de preço), deverão ser redigidos em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel contendo o timbre da empresa, endereço completo e número de telefone, e devidamente assinados por quem detenha poderes de representação legal da proponente, ou por seu procurador legalmente constituído, na forma de seus atos constitutivos”.

**ONDE SE LÊ, NA PÁGINA 20:**

“11.2 c - Estratégia de Mídia e Não Mídia - Texto com até 02 (duas) laudas escritas (sem contar as artes) em que, de acordo com as informações do Briefing ...”

**LEIA-SE:**

“11.2 c - Estratégia de Mídia e Não Mídia - Texto com até 04 (quatro) laudas escritas (sem contar as artes) em que, de acordo com as informações do Briefing ”

**ONDE SE LÊ, NA PÁGINA 20:**

“11.2 c - Ideia Criativa: Texto em que a licitante se limitará a apresentar a estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não conter um slogan passível de ser utilizado em ações de comunicação da Câmara Municipal de Nova Lima/MG.”

**LEIA-SE:**

“11.2 c - Ideia Criativa: Texto em que a licitante se limitará a apresentar a estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não conter um slogan passível de ser utilizado em ações de comunicação da Câmara Municipal de Nova Lima/MG. Será admitida a



**CÂMARA MUNICIPAL  
NOVA LIMA**

**inclusão de texto explicativo destinado à contextualização da Ideia Criativa, limitado a 01 (uma) lauda, não sendo consideradas nesse limite as peças exemplificativas apresentadas.”**

**ONDE SE LÊ, NA PÁGINA 21:**

“11.4 a, I - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da apresentação dos documentos de habilitação, com a especificação do período de atendimento de cada um deles, bem como os respectivos ramos de atividades, produtos e serviços;”

**LEIA-SE:**

“11.4 a, I - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante **até a data da apresentação da proposta técnica, correspondente à data de entrega dos envelopes, qual seja, 25/02/2026**, com a especificação do período de atendimento de cada um deles, bem como os respectivos ramos de atividades, produtos e serviços.”

**ONDE SE LÊ, NA PÁGINA 58:**

“ANEXO II – Briefing - Formatos de Veiculação

A campanha será veiculada em múltiplos canais e formatos, visando amplificar o alcance e atingir diferentes públicos: Outdoors; Merchans em TV; Backbus; Jornais impressos; Mídia online; Redes sociais: site institucional e Instagram.”

**LEIA-SE:**

“ANEXO II – Briefing - Formatos de Veiculação

A campanha será veiculada em múltiplos canais e formatos (**rol exemplificativo**), visando amplificar o alcance e atingir diferentes públicos: Outdoors; Merchans em TV; Backbus; Jornais impressos; Mídia online; Redes sociais: site institucional e Instagram.”

A presente errata visa a correção textual de algumas informações e objetiva exclusivamente **esclarecer alguns tópicos que possam gerar dúvidas aos licitantes**. Ficam ratificados e permanecem inalterados os demais termos e condições do edital que não foram expressamente esclarecidos/corrigidos por esta errata. Publique-se e dê-se a devida publicidade, para que produza seus efeitos legais.

Nova Lima, 09 de fevereiro de 2026.

**NEESHA DAIAN LOUREIRO**

Agente de Contratação