

Solicitamos esclarecimento sobre o seguinte ponto:

1. Na concepção da campanha simulada “IPTU 2026: Você cuida de Maceió. Maceió cuida de todos.”, devemos trabalhar com a manutenção do desconto de 15% para pagamentos em cota única até 31 de janeiro de 2026, como ocorreu no exercício anterior?

Resposta: *Como se trata de uma proposta simulada, onde os dados definitivos para pagamento antecipado ainda não estão disponíveis, manter ou não os percentuais de desconto fica a critério das candidatas. Contudo, recomenda-se trabalhar com a manutenção do desconto de 15% para pagamentos em cota única até 31 de janeiro de 2026, assim como sendo facultativo considerar as demais faixas de desconto (10% e 5%) historicamente aplicadas pela SEFAZ Maceió em prazos posteriores.*

2. Caso afirmativo, devemos também considerar as demais faixas de desconto (10% e 5%), historicamente aplicadas pela SEFAZ Maceió em prazos posteriores, como elementos da estratégia de comunicação?

Resposta: *Como afirmado anteriormente, o exercício aqui realizado é uma proposta simulada. Deste modo, é facultativo considerar as demais faixas de desconto (10% e 5%) historicamente aplicadas pela SEFAZ Maceió para os prazos posteriores ao pagamento antecipado da cota única. Vale salientar que todas as demais diretrizes da campanha devem ser cumpridas, sendo este aspecto menos relevante na proposta final apresentada.*

3. Ou o enfoque da campanha deve se restringir à mensagem institucional de conscientização e cidadania fiscal, sem contemplar estímulos financeiros de pagamento antecipado?

Solicitamos este esclarecimento para garantir alinhamento com os parâmetros de avaliação técnica e com o propósito institucional da campanha simulada, conforme previsto no Apêndice I – Briefing da Campanha Simulada do edital.

Resposta: *Como destacado em briefing o tema da campanha é “IPTU 2026: Você cuida de Maceió. Maceió cuida de todos.” – é a partir desta mensagem e das diretrizes gerais especificadas em briefing que a campanha deve ser desenvolvida. Contudo, todos os elementos do Problema de Comunicação devem ser analisados, em particular os constantes nos desafios descritos do briefing. Dito isso o aspecto institucional é um dos aspectos e que se espera, conforme destaca esta etapa do instrumento de convocação, “a elaboração de uma estratégia criativa que vá além da simples promoção da obrigação tributária”.*