



PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO CARLOS

DEPARTAMENTO DE LICITAÇÕES - SEÇÃO DE LICITAÇÕES

Comissão de Contratação

São Carlos, Capital da Tecnologia

CONCORRÊNCIA PÚBLICA 10/2025

PROCESSO Nº 22005/2025

RESPOSTA A PEDIDO DE ESCLARECIMENTO

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA, DE INTERESSE DO MUNÍCPIO DE SÃO CARLOS CUJO OBJETO INCLUI O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIAÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, COM O OBJETIVO DE PROMOVER A VENDA DE BENS OU SERVIÇOS DE QUALQUER NATUREZA, DIFUNDIR IDEIAS OU INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL.

Aos 06 (seis) dias do mês de janeiro do ano de 2026, às 17h15, reuniu-se, na Sala de Licitações a Comissão de Contratação para responder ao pedido de esclarecimento enviado por e-mail pela empresa **LUME COMUNICAÇÃO**, referente à licitação em epígrafe.

QUESTIONAMENTO:

O edital estabelece que a precificação do plano de mídia deve utilizar como base os valores das tabelas cheias dos veículos de divulgação, sem considerar descontos ou honorários. Diante disso, solicitamos esclarecimento quanto à aplicação desse critério aos meios que não possuem tabelas públicas de preços, como mídia programática, redes sociais e demais formatos digitais.

Considerando que esses meios são usualmente precificados por métricas de investimento e desempenho (ex.: CPM, impressões, visualizações, alcance), questionamos se, nesses casos, a licitante deve apresentar o montante de investimento proposto, acompanhado das métricas utilizadas, conforme prática adotada em editais similares.

O esclarecimento é necessário para garantir a correta elaboração do plano de mídia e a isonomia entre as propostas.

RESPOSTA DA UNIDADE RESPONSÁVEL: SECRETARIA MUNICIPAL DE CIDADE INTELIGENTE E TRANSPARÊNCIA

De acordo com o item 6.1.1.4.2, alínea “a”, do edital, a exigência de utilização de preços de tabela cheia aplica-se exclusivamente aos veículos de comunicação que possuam tabelas públicas de preços.

Conforme disposto nas alíneas “d” e “e” do mesmo item, a mídia programática, as redes sociais e demais plataformas digitais são tratadas como formas inovadoras de comunicação, não sendo caracterizadas como veículos de comunicação. Assim, devem ser lançados como fornecedores especializados, com a indicação do montante de investimento proposto e das métricas adotadas, não sendo necessária a existência de tabelas públicas de preços.

Estes esclarecimentos foram encaminhados ao licitante e serão disponibilizados no portal desta Administração, para conhecimento público.

Leticia Paschoalino
Agente de Contratação

Fernando Campos
Agente de Contratação

Leonardo Luz
Agente de Contratação