



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

EXTRATO

CONCORRÊNCIA Nº	: 07/2025
PROCESSO Nº	: 005.00000119/2025-16
UNIDADE CONTRATANTE	: 290122
OBJETO	: Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

CONSULTAS FORMULADAS PELAS EMPRESAS INTERESSADAS
EM PARTICIPAR DA CONCORRÊNCIA

NOTA DE ESCLARECIMENTO Nº 07

Questionamento nº 1: Referente ao item 11.2.8 do Edital, onde diz "para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (off-line) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados. Landing page é caracterizada como não mídia mesmo sendo um ativo em ambiente digital? E a alocação desse investimento pode ser inserida na planilha de produção?

Resposta: A landing page não se enquadra no escopo contratual desta Concorrência. Embora seja um ativo digital, sua natureza envolve desenvolvimento, implementação e manutenção de soluções tecnológicas que extrapolam o conceito de peça publicitária previsto no edital — ainda que não configure mídia.

Tais entregas estão contempladas no contrato específico de serviços digitais já celebrado pela Administração, o qual abrange a criação e gestão de landing pages e demais ativos estruturais de ambiente digital.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

Portanto, landing pages não compõem o contrato de publicidade, nem devem ser previstas na Planilha de Produção; Não é esperado que as agências de publicidade entreguem landing pages no âmbito do exercício criativo.

Questionamento nº 2: Ações com influenciadores deve ser considerada como não mídia? E a alocação desse investimento pode ser inserida na planilha de produção?

Resposta: Sim

Questionamento nº 3: Referente aos veiculações em plataformas digitais, portais, buscadores, redes sociais, esses deverão ser considerados como mídia ou devem ser alocados como serviços de produção e não de veiculação?

Resposta: Os custos a serem dispendidos com as plataformas digitais como: Google, Meta, Kwai, TikTok, Twiter (X), LinkedIn devem ser alocados como produção. Os valores direcionados aos portais devem ser considerados como mídia.

São Paulo, 26 de novembro de 2025.