



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

EXTRATO

CONCORRÊNCIA Nº : 06/2025
PROCESSO Nº : 005.00000107/2025-83
UNIDADE CONTRATANTE : 290122
OBJETO : Contratação de serviços de Comunicação Institucional Digital.

CONSULTAS FORMULADAS PELAS EMPRESAS INTERESSADAS
EM PARTICIPAR DA CONCORRÊNCIA

NOTA DE ESCLARECIMENTO Nº 03

QUESTIONAMENTO 01: Gostaríamos de solicitar esclarecimentos sobre o edital referente à contratação dos serviços de comunicação institucional digital, especificamente em relação aos itens 3.2.2.5 e 3.2.2.10 do Anexo III, conforme transcrição abaixo:

"3.2.2.5. OBJETIVO GERAL – Para este exercício criativo, as licitantes devem propor uma estratégia de comunicação para consolidar e promover o NOVO CENTRO ADMINISTRATIVO. O projeto deve refletir as práticas atuais da comunicação 360º, de forma integrada, abrangendo tanto as mídias tradicionais quanto às tecnologias digitais."

1) Com base no exposto, observamos que, para a simulação do exercício criativo, é solicitado que as licitantes considerem mídias tradicionais (TV, rádio, DOOH, OOH, entre outros formatos convencionais). No entanto, o edital tem como objeto a contratação de serviços de comunicação digital. Assim, gostaríamos de confirmar se nossa interpretação está correta: devemos focar exclusivamente na recomendação de meios e canais de comunicação digital, ou a



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

utilização de mídias tradicionais também se faz necessária neste contexto?

"3.2.2.10. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO – R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais)."

2) No caso de afirmativo a contemplação do plano de mídia, seja ele online, offline (meios tradicionais) ou ambos, devemos contemplar os valores para a simulação do exercício com os valores de tabelas dos veículos ou tracking?

Resposta: Em atenção ao questionamento apresentado, esclarecemos o que segue:

1) Sobre a inclusão de mídias tradicionais no Exercício Criativo (subitem 3.2.2.5 do Anexo III):

Embora o objeto da licitação esteja voltado à comunicação institucional digital, o Exercício Criativo proposto visa avaliar a capacidade estratégica e conceitual das licitantes na formulação de projetos de comunicação integrados, conforme as práticas da chamada comunicação 360º.

Portanto, para fins do Exercício Criativo, poderão ser sugeridos meios e canais diversos – digitais e tradicionais – desde que integrados de forma coerente e estratégica, refletindo o entendimento e domínio da abordagem multicanal.

No entanto, todas as ações planejadas e previstas dentro do orçamento proposto neste edital devem prever exclusivamente a produção de conteúdo para divulgação em ambientes digitais e de forma orgânica, uma vez que não haverá contratação ou execução de mídia paga, seja digital ou tradicional, dentro ou fora do contrato resultante da presente licitação.

2) Sobre a verba referencial e o uso de tabelas de preço ou tracking (subitem 3.2.2.10 do Anexo III): RESPOSTA OK



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

A verba de R\$ 3.000.000,00 indicada no subitem 3.2.2.10 destina-se a remunerar os produtos previstos no escopo contratual .

Dessa forma, não se faz necessária a elaboração de um plano de mídia com base em valores de tabela dos veículos ou sistemas de tracking, uma vez que, conforme esclarecido, não haverá qualquer investimento em mídia.

O planejamento proposto deverá considerar exclusivamente estratégias de comunicação digital institucional orgânica, com foco em conteúdo, criatividade, inovação e alcance espontâneo, sendo desnecessário simular custos de veiculação.

QUESTIONAMENTO 02: A respeito da concorrência 006/2025, temos os seguintes questionamentos para os quais aguardamos retorno, por gentileza:

1) A respeito do Exercício Criativo (item 3.2 do Anexo III): em seu subitem 3.2.2.5 ele prevê que a proposta criativa da licitante deve apresentar um projeto abrangendo práticas de comunicação 360º, com mídias tradicionais e tecnologias digitais. Como a planilha Orçamentária (Anexo VI) não prevê produto ou serviço que contemple entrega / execução de mídia (ou forma de remuneração para esse tipo de entrega), entendemos que a proposta deve indicar o planejamento de investimento nessas mídias (tradicional e digital) - ou seja, um Plano de Mídia - e que seu valor deve ser abatido dos R\$ 3 milhões destinados para o exercício, porém que o mesmo não seria executado dentro do contrato para o qual se destina a concorrência em referência. Está correto o entendimento?

Resposta: Em relação ao subitem 3.2.2.5 do Anexo III, esclarecemos que, embora a proposta criativa deva contemplar um projeto de comunicação 360º, não haverá execução de investimento em mídia, seja dentro ou fora do contrato oriundo da presente Concorrência.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

Dessa forma, o plano a ser apresentado no Exercício Criativo deve considerar exclusivamente os produtos e serviços previstos neste edital e ações de divulgação de caráter orgânico, sem previsão de impulsionamento pago ou veiculação mediante compra de mídia.

Assim, não é necessário apresentar Plano de Mídia com previsão de valores ou planejamento de investimento, tampouco se aplica o abatimento de valores da verba fictícia de R\$ 3 milhões mencionada para o desenvolvimento do exercício. Tal valor refere-se apenas aos produtos previstos no escopo do contrato.

2) Para a Proposta de Preços, é esperado a indicação dos valores unitários e totais a serem apresentados pela licitante, com base no valor indicado na Planilha Orçamentária. Entendemos que os descontos aplicados nos valores unitários terão impacto no valor total previsto da contratação, ou seja, por exemplo, caso seja concedido um desconto de 50% de forma linear nos produtos da tabela em referência, o valor global da contratação também sofrerá um desconto de 50%. Está correto o nosso entendimento?

Resposta: sim.

QUESTIONAMENTO 03: Conforme TABELA GERAL DOS SERVIÇOS - COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DIGITAL, são apresentados na coluna QUANTIDADE ESTIMADA MENSAL a volumetria de profissionais relacionados a DESCRIÇÃO e UNIDADE DE MEDIDA de cada item, ocorrendo respectivamente nos itens: 1,4 e 5.

Demais itens da TABELA GERAL DOS SERVIÇOS - COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DIGITAL NÃO relacionam na QUANTIDADE ESTIMADA MENSAL a quantidade de profissionais, tendo outra ordem de medida ou “Não se aplica”.

Com base nas informações contidas no edital, e na TABELA GERAL DOS SERVIÇOS - COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DIGITAL, é correto dizer



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO

que os itens que não possuem informação de quantidade de profissionais relacionado ao mesmo devem ser executados pelos profissionais que estão listados nos itens 1, 4 e 5?

Resposta: NÃO. Os itens que estão com a descrição “NÃO SE APLICA” são produtos que serão executados sob demanda da Contratante. A equipe que produzirá tais produtos deverá ser prevista e definida pela empresa, considerando que os profissionais contratados para os serviços continuados (mensais) estarão atuando em outras demandas da Contratante e, também, já estarão sendo contabilizados e faturados em outros itens do contrato.

Caso nosso entendimento não esteja correto, considerando que os itens que não estão associados a perfis profissionais deverão ser executados por outros profissionais sob demanda ou mesmo ser objeto de terceirização, é necessária a apresentação de perfil profissional e/ou documentação comprobatória de quem realizaria essas tarefas?

Resposta: NÃO. Neste caso a entrega é o produto em si, independente do profissional que executou.

São Paulo, 7 de agosto de 2025.