



PEDIDO DE ESCLARECIMENTO Nº 005/2026

Concorrência Pública nº 001/2026

Processo Administrativo nº 12.690/2026

ASSUNTO: Resposta ao pedido de ESCLARECIMENTO.

1. DO OBJETO

1.1. Contratação de serviços de publicidade e propaganda aos órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Municipal, da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACAJU/SE, a serem prestados por intermédio de até 3 (TRÊS) agências de propaganda e publicidade, na forma da lei nº 12.232/2010.

2. DA ADMISSIBILIDADE DO PEDIDO

2.1. Trata-se do pedido de esclarecimento ao Edital da Concorrência Pública nº 001/2026.

2.2. O edital dispõe que os esclarecimentos serão prestados pela Comissão Especial, auxiliada pelos responsáveis pela elaboração deste Edital e seus anexos, diante das seguintes condições, descritas no Item 5.0 do mesmo dispositivo:

5. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

5.1 Esclarecimentos sobre esta CONCORRÊNCIA deverão ser apresentados em uma das formas abaixo estabelecidas até às 17 horas, do 3º dia útil anterior a data de entrega das propostas (até às 17 horas, do dia 28/05/2026), exclusivamente por escrito à Comissão de Contratação que ouvirá, se necessário, a área técnica:

e-Mail: sonia.oliveira@aracaju.se.gov.br

SETOR – CENTRAL DE COMPRAS E LICITAÇÕES – CCL/SEPLOG,
LOCALIZADO NO SEGUINTE ENDEREÇO:

RUA FREI LUIS CANOLO DE NORONHA, 42, CONJUNTO COSTA E SILVA, BAIRRO PONTO NOVO, ARACAJU/SE, CEP 49.097-270.

HORÁRIO E DIAS DE FUNCIONAMENTO:

2 DAS 07 ÀS 13 HORAS;

3 DAS 14 ÀS 17 HORAS;

4 EM DIAS ÚTEIS, DE SEGUNDA-FEIRA A SEXTA-FEIRA.



3. DOS PEDIDOS DE ESCLARECIMENTO E RESPOSTAS DA ÁREA TÉCNICA

“Prezada Presidente da Comissão de Licitação, boa noite.

Pedimos, por gentileza, esclarecimento de dúvida pertinente ao Edital da Concorrência Pública nº 001/2026.

Considerando o item 11.3.4.3 do edital, que determina a utilização de valores de tabela cheia, solicitamos esclarecimento quanto à inserção de mídia digital na estratégia contemplada no Plano de Comunicação Publicitária.

Plataformas amplamente utilizadas em campanhas governamentais, como Facebook, Instagram, YouTube, Google e TikTok, não possuem tabelas públicas de preços, uma vez que operam por meio de modelos de leilão, cujos valores variam conforme segmentação, concorrência e dinâmica de entrega.

No entanto, é possível adquirir mídia digital por meio de fornecedores e plataformas intermediárias que oferecem valores tabelados e previamente estabelecidos, garantindo previsibilidade e conformidade com a lógica de “tabela cheia” exigida no edital.

Diante disso, solicitamos o seguinte esclarecimento:

1. É permitido que o plano de mídia apresente impulsionamento em redes sociais e outras formas de mídia digital adquiridas por meio de fornecedores/plataformas que operem com tabela formal de preços, mesmo quando o veículo digital originário (como Meta, Google ou TikTok) não disponibiliza tabela pública?

Esse ponto é essencial para a correta elaboração da estratégia de mídia e para assegurar isonomia entre as licitantes, uma vez que o uso de mídia digital integra as práticas contemporâneas de comunicação institucional e é fundamental para o alcance efetivo da campanha.”

R. A Comissão após consulta junto à área técnica da SECOM e analisando o questionamento formulado, reproduziu abaixo item 11.3.4.3 do edital, que diz:

“11.3.4.3 Nessa simulação:

a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;

b) Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei n. 4.680/1965;

c) Devem ser desconsiderados os custos internos de criação e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.”



SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

A licitante descreveu situações que a conduziu ao impasse, objeto dos questionamentos:
“Plataformas amplamente utilizadas em campanhas governamentais, como Facebook, Instagram, YouTube, Google e TikTok, não possuem tabelas públicas de preços, uma vez que operam por meio de modelos de leilão, cujos valores variam conforme segmentação, concorrência e dinâmica de entrega.

No entanto, é possível adquirir mídia digital por meio de fornecedores e plataformas intermediárias que oferecem valores tabelados e previamente estabelecidos, garantindo previsibilidade e conformidade com a lógica de “tabela cheia” exigida no edital.”

Diante disso, solicitamos o seguinte esclarecimento:

1. É permitido que o plano de mídia apresente impulsionamento em redes sociais e outras formas de mídia digital adquiridas por meio de fornecedores/plataformas que operem com tabela formal de preços, mesmo quando o veículo digital originário (como Meta, Google ou TikTok) não disponibiliza tabela pública?”

A alínea “C” do subitem 11.3.4.3 exige que os custos internos de criação e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores sejam desconsiderados. No entanto, se o custo mencionado for semelhante ao de produção, ele deve ser obtido por orçamento. O orçamento obtido deverá ser apresentado para comprovação caso outra licitante questione, após o conhecimento da autoria dos planos de comunicação, o valor registrado no planejamento de mídia e não mídia. A quantia a ser investida na internet deve ser definida pela agência, como parte do planejamento de mídia e não mídia. Semelhante aos veículos, atentar para a alínea “a” do subitem 11.3.4.3, a disciplinar que os preços devem ser o de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação.

Com as considerações acima, essa Comissão não deve opinar sobre a “*correta elaboração da estratégia de mídia*” ou indicar de que forma a Licitante deve elaborar sua campanha e sua estratégia, cujo resultado será julgado por Subcomissão Técnica, a ser formada para esse objetivo, distinta da Comissão de Contratação, que apenas administra e cumpre os procedimentos administrativos necessários a contratação, seguindo o rito descrito minuciosamente no Edital.

4. DA CONCLUSÃO

4.1. Diante da resposta apresentada pela área técnica e por força do item 5.1.1.5 do Edital, torno pública, mediante divulgação nos meios listados no ITEM – 4.1, do EDITAL, a resposta aos pedidos de esclarecimento.

Aracaju, SE, 27 de abril de 2026.



SECRETARIA MUNICIPAL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

Edvaldo Silva Travassos
Presidente da Comissão de Contratação
Decreto nº:8.142/2025 de 16/05/2025

**RUA FREI LUIS CANOLO DE NORONHA, 42, CONJUNTO COSTA E SILVA, BAIRRO PONTO NOVO, ARACAJU/SE, CEP
49.097-270 - TELEFONE – 79-4009-7942**





VERIFICAÇÃO DAS ASSINATURAS



Código para verificação: 9666-4ED2-19B4-908D

Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:



EDVALDO SILVA TRAVASSOS (CPF 265.XXX.XXX-10) em 27/04/2026 12:28:52 GMT-03:00

Papel: Parte

Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)

Para verificar a validade das assinaturas, acesse a Central de Verificação por meio do link:

<https://aracaju.1doc.com.br/verificacao/9666-4ED2-19B4-908D>