

RESPOSTAS AO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO Nº 09

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/CPB/2026

Em atenção ao pedido de esclarecimento suscitado pela Empresa MESSIANO PELLEGRINI SOCIEDADE DE ADVOGADOS, CNPJ nº 16.721.960/0001-80, segue resposta:

PERGUNTA 01: O item 11.3.4.3, alínea “a”, do Edital estabelece que, na simulação da Estratégia de Mídia e Não Mídia, “os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação”. Considerando que determinadas plataformas digitais e redes sociais, como Meta, YouTube, TikTok, LinkedIn e similares, operam majoritariamente por modelos de compra dinâmica, leilão, segmentação, otimização algorítmica e estimativas variáveis de entrega, não dispondo de tabela pública fixa de preços equivalente à praticada por veículos tradicionais, solicitamos esclarecer qual critério deverá ser adotado pelas licitantes para precificação desses canais na simulação do plano de distribuição. Nesse sentido, questionamos se será admitida, para fins exclusivos de simulação técnica, a utilização de valores estimados obtidos por meio das ferramentas oficiais de planejamento, orçamento ou simulação disponibilizadas pelas próprias plataformas, considerando as configurações de campanha, segmentação, período, objetivo e formatos propostos. Caso positivo, solicitamos confirmar se tais valores poderão ser apresentados como referência válida para composição dos investimentos e projeções de entrega da campanha, desde que acompanhados da respectiva memória de cálculo e premissas adotadas.

Resposta: Sim, podem utilizar os valores estimados e apresentá-los como referência.

PERGUNTA 02: Solicitamos esclarecimento acerca da possibilidade de utilização de influenciadores digitais no âmbito da Estratégia de Mídia e Não Mídia da CAMPANHA 360º LA 2028.

Em caso positivo, solicitamos informar qual deverá ser o tratamento orçamentário desses investimentos para fins da simulação prevista no edital:

- a) os custos com influenciadores deverão ser alocados como despesas de produção, ou;**
- b) poderão ser considerados como investimento de mídia, compondo a estratégia e a distribuição dos recursos destinados à mídia e não mídia.**

Resposta: Esclarecemos que devem ser considerados como investimento de Mídia.

São Paulo, 19 de junho de 2026.

Paulo Vitor Urbano dos Santos

Membro da Comissão Permanente de Aquisições

CENTRO DE TREINAMENTO PARALÍMPICO BRASILEIRO
Rod. dos Imigrantes, km 11,5 - Vila Guarani, São Paulo - SP, 04329-100



@braparálímpico



comitê paralímpico brasileiro



@brasilparalímpico