

Nº	ASSUNTO/ITEM	DÚVIDA	RESPOSTA
1	No item 5.10.5, o edital traz que os relatos devem ter até 5 (cinco) páginas cada. O mesmo ocorre no item 1.1.4, no entanto, no item 12.1.5.1.3, o edital traz que devem ser até 2 (duas) páginas cada.	Qual o limite de páginas que deve ser considerado para cada Relato?	Considerar o limite de até 5 páginas por relato, conforme o item 5.10.5. O item 12.1.5.1.3, III, fica retificado para onde se lê: "III. Relatos de Soluções de Problema de Comunicação: deverão ser apresentados até 2 (dois) casos, relatando, em no máximo (2) duas páginas cada, soluções de problema de comunicação, desenvolvido a partir de 2018" leia-se: "III. Relatos de Soluções de Problema de Comunicação: deverão ser apresentados até 2 (dois) casos, relatando, em no máximo (5) cinco páginas cada, soluções de problema de comunicação, desenvolvido a partir de 2018"
2	O briefing traz o "período máximo de 30 dias do ano de 2023" e as "Praças: Salvador, Bahia, Brasil" em seu descritivo.	O exercício de campanha deste edital deve ser referente ao ano de 2023 ou o correto seria 2024? Equanto às praças, o pedido é de uma campanha a nível nacional?	O exercício do briefing e da proposta constitui exercício hipotético e assim será considerado. O período máximo será de 30 dias. Como o edital foi publicado em 2024, pode ser para o ano de 2024 ou pode ser 2023, a critério da licitante. A praça é Salvador.
3	O edital explicita que: "Na simulação de que trata a alínea "b" do item 5.10.2.4, os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos."	Perguntamos: Devemos considerar a data do Aviso de Licitação: 30 de janeiro de 2024, como a data de referência e, desta forma, utilizar as tabelas dos veículos referentes ao mês de janeiro de 2024?	Deve ser considerada a data de publicação (01.02) e assim utilizar as tabelas dos veículos referentes a fevereiro de 2024.
4	O Edital informa em seu item 1.1.4.1: "1.1.4.1 Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre o período de veiculação, os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, e os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção das peças de mídia e de não mídia. Poderá ser utilizado o modelo de planilha apresentado no Anexo XI do Edital.	Perguntamos: Nesta Simulação devemos desconsiderar os honorários e custos internos?	Sim, os custos de honorários devem ser desconsiderados.
5	Ainda sobre as tabelas dos veículos: "Na simulação de que trata a alínea "b" do item 5.10.2.4, os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos." Associando esta informação ao Objeto do Contrato, item: "2.1.1. "Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes: (...) c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias."	Perguntamos: Quanto à mídia online, podemos programar plataformas que trabalham com leilão, como Meta, Youtube, Google, em mídia programática, através de trading desks por se enquadrarem na categoria formas inovadoras de comunicação publicitária?	Sim, desde que haja tabela de preços.
6	No Termo de Referência do supracitado Edital, consta: "12.1.5.1.1. Os Invólucro nº 1 deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária, elaborado com base no briefing, com suas peças publicitárias, o qual compreenderá os seguintes quesitos: III. Ideia criativa - a agência deverá apresentar campanha publicitária com relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma e exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária. Os exemplos das peças deverão ser limitados a 10 (dez) independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça e podem ser apresentados sob a forma de a) roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio; 'monstro' ou layout eletrônico, para o meio rádio; storyboard animado ou animatic, para os meios TV, cinema e internet; e 'boneca' ou layout montado dos materiais de não mídia." A "Relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing", quando consideradas as formas inovadoras de comunicação online, que permite o uso de diversos formatos de banners digitais, ultrapassa a quantidade de 10 peças.	Perguntamos: É permitida a relação das peças da Ideia Criativa em dois blocos: Peças Exemplificadas (corporificadas) definidas na quantidade de 10 (dez) peças, cumprido ao Edital e uma segunda relação complementar, com o Restante das Peças (não corporificadas) para atendimento da superação do desafio utilizando as formas inovadoras de comunicação?	Sim, a critério da licitante.
7	Sobre assinatura digital em documentos.	Perguntamos: Será aceito documento de representação para credenciamento (instrumento de procuração), Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e Atestados ou Declarações de Qualificação Técnica com assinatura digital, devidamente reconhecida pelas ferramentas competentes e usuais do mercado?	Sim, serão admitidos como válidos documentos assinados por meio de plataformas de assinatura digital, nos termos do permissivo contido no § 2º do artigo 10 da Medida Provisória nº 2.200-2/2001.

Nº	ASSUNTO/ITEM	DÚVIDA	RESPOSTA
8	<p>No item 1.1.4, o edital informa:</p> <p>“1.1.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: deverão ser apresentados até 02 (dois) casos, relatando, em no máximo 05 (cinco) páginas cada, soluções de problemas de comunicação, desenvolvidos a partir do ano de 2018.”</p> <p>No Termo de Referência, menciona:</p> <p>“12.1.5.1.3. O Invólucro nº 3 deverá conter as informações sobre a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, conforme disposto abaixo. Os documentos deste Invólucro deverão ser numerados sequencialmente e rubricados em todas as páginas por representante da agência.</p> <p>(...)</p> <p>III. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: deverão ser apresentados até (dois) casos, relatando, em no máximo (2) duas páginas cada, soluções de problemas de comunicação, desenvolvidos a partir do ano 2018.</p> <p>a) Os relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes, em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo de páginas;</p> <p>b) É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato.</p>	<p>Os relatos devem ter no máximo 05 (cinco) páginas cada ou no máximo 2 (duas) páginas cada, conforme está descrito no Termo de Referência?</p>	<p>Considerar o limite de até 5 páginas por relato, conforme o item 5.10.5. O item 12.1.5.1.3, III, fica retificado para onde se lê:</p> <p>“III. Relatos de Soluções de Problema de Comunicação: deverão ser apresentados até 2 (dois) casos, relatando, em no máximo (2) duas páginas cada, soluções de problema de comunicação, desenvolvido a partir de 2018”</p> <p>leia-se:</p> <p>“III. Relatos de Soluções de Problema de Comunicação: deverão ser apresentados até 2 (dois) casos, relatando, em no máximo (5) cinco páginas cada, soluções de problema de comunicação, desenvolvido a partir de 2018”</p>
9	<p>No Briefing informa:</p> <p>“A verba é de R\$1.500.000,00, no período máximo de 30 dias do ano de 2023. Praças: Salvador, Bahia, Brasil.</p>	<p>Devemos desconsiderar o ano 2023 na redação do briefing por ser um mero erro material, e procedermos a simulação contemplando o ano de 2024? Está correto nosso entendimento?</p>	<p>O exercício do briefing e da proposta constitui exercício hipotético e assim será considerado. O período máximo será de 30 dias. Como o edital foi publicado em 2024, pode ser para o ano de 2024 ou pode ser 2023, a critério da licitante.</p>
10	<p>Vejamos o que diz o edital em seu subitem 5.10.3, alínea b), quanto a quantificação e qualificação da equipe de profissionais:</p> <p>“b) A quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;”</p> <p>Observamos que o edital não determina quantitativos e qualitativos da equipe de profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, para atuação nas áreas de: estudo e planejamento; criação; produção eletrônica (RTVCI), produção gráfica, design, arte final, mídia e atendimento.</p>	<p>Fica a critério da agência a definição dos quantitativos e qualitativos de cargos e funções da equipe de profissionais? Está correto o nosso entendimento?</p>	<p>Sim, correto.</p>
11	<p>O edital informa em seu item 4.1.7:</p> <p>4.1.17. O conteúdo do Invólucro 3, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação, a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha</p>	<p>a) Devemos apresentar em um único caderno numerado sequencialmente, os três quesitos: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação ou será permitida a separação de cada quesito, individualmente em seu caderno específico, reiniciando a numeração em cada caderno?</p> <p>b) Será permitida a encadernação dos três quesitos juntos?</p> <p>c) Será permitida a encadernação individual de cada quesito?</p>	<p>O julgamento será realizado com base no princípio do formalismo moderado e questões meramente formais serão relevadas, desde que não prejudiquem a competitividade.</p> <p>a) Fica a critério da licitante apresentar em um único caderno ou dividido por subquesito.</p> <p>b) Fica a critério da licitante.</p> <p>c) Fica a critério da licitante.</p>
12	<p>Observando 3 itens que tratam da Proposta de Preços:</p> <p>- Item XIII. CRITÉRIO DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS, subitem 13.2. PROPOSTA DE PREÇOS, 13.2.1.1;</p> <p>- Item 4.2. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS e</p> <p>- Anexo XII referente ao MODELO DA PROPOSTA DE PREÇOS,</p> <p>Verifica-se que a redação do Anexo XII nas suas alíneas II, III, IV, V, VI, repete o enunciado do quesito I, e que também não define com exatidão qual será o percentual quando se lê: “Percentual de desconto igual ou superior a”, o que justifica revisão e ajuste do Anexo XII.</p>	<p>Devemos proceder o ajuste seguindo a orientação do item 4.2 supracitado ou devemos aguardar o envio de um novo Anexo XII, sem o erro material?</p>	<p>Considerando a identificação de erro meramente material nas redações dos incisos II a VI do item 1.1 do ANEXO XII, que funciona tão somente como um modelo referencial para as potenciais licitantes, acostamos sua versão atualizada a fim de que não restem dúvidas acerca das exigências da Administração para a formulação das propostas de preço, ressaltando a ausência de alteração substancial na regra para a precificação e reforçando a disponibilidade para o fornecimento de todos os esclarecimentos que se prestem a proporcionar a interpretação mais assertiva quanto ao regramento do Edital e dos entendimentos da Comissão.</p>

Nº	ASSUNTO/ITEM	DÚVIDA	RESPOSTA
13	O subitem 5.10.2.4.3 do edital estipula que na Estratégia de Mídia e Não Mídia “os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos de comunicação”. No entanto, não há menção explícita quanto à vigência das referidas tabelas. Surge então a seguinte indagação:	Qual é o mês de vigência/ validade das tabelas de preços dos veículos de comunicação que devem ser consideradas na elaboração da Estratégia de Mídia e Não Mídia?	Deve ser considerada a data de publicação (01.02) e assim utilizar as tabelas dos veículos referentes a fevereiro de 2024.
14	Ainda sobre o mesmo item, considerando que os espaços publicitários nas plataformas digitais são adquiridos mediante leilão, questiona-se:	Os veículos inovadores digitais que não possuem tabelas de preço e são operados pela modalidade de compra por Leilão (Google, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e YouTube) podem ser contemplados na Estratégia de Mídia e Não Mídia por intermédio de terceiros (trading desk) que possuam tabela de preços?	Somente serão admitidos veículos que possuam tabela de preços.
15	O subitem 5.10.2.4. menciona que a Estratégia de Mídia e Não Mídia deve ser constituída de “texto (...) permitindo a inclusão de tabelas e gráficos” bem como “simulação (...) acompanhada de tabelas, planilhas, gráficos e texto”. Compreendemos que na elaboração de gráficos e planilhas, é comum empregar fontes e tamanhos de fonte padrão para esses documentos. Além disso, para garantir uma visualização adequada, por vezes torna-se necessário apresentá-los em formato de "paisagem" ou aplicar edições de cores. Deste modo, sobre os gráficos e planilhas que integrarem o subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia, pergunta-se:	<p>a) Poderão ser editados em cores?</p> <p>b) Podem ser apresentados no formato paisagem?</p> <p>c) Poderão ter fontes e tamanhos de fontes habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margens específicas?</p> <p>d) Poderão ser apresentados em papel A3 dobrado de forma a adequar seu formato ao caderno em que estão inseridos?</p>	<p>a) sim, a critério da licitante.</p> <p>b) sim, a critério da licitante.</p> <p>c) sim, a critério da licitante.</p> <p>d) sim, a critério da licitante.</p>
16	O item “verba, período e praças” do anexo X, ao que refere o briefing da campanha teste, informa que a campanha simulada deverá compreender o período máximo de 30 dias do ano de 2023. Questiona-se:	Considerando que a abertura do invólucro 1, que marca o início deste certame, está programado para ocorrer em 2024, o período de veiculação da campanha teste deve de fato compreender o período retroativo de 2023?	O exercício do briefing e da proposta constitui exercício hipotético e assim será considerado. O período máximo será de 30 dias. Como o edital foi publicado em 2024, pode ser para o ano de 2024 ou pode ser 2023, a critério da licitante.
17	Ainda sobre o anexo X, que trata do briefing da campanha teste, o tópico referente aos "veículos próprios de comunicação" destaca que as Redes Sociais são um dos recursos próprios de comunicação da Prefeitura de Salvador, abrangendo formatos como feed, story ou reels. Entretanto, o edital não especifica explicitamente quais são essas Redes Sociais mencionadas. Surge então a seguinte indagação:	<p>a) Quais são as Redes Sociais que podem ser consideradas como recurso próprio da Prefeitura de Salvador na campanha simulada?</p> <p>b) Além dos formatos feed, story e reels mencionados no edital, podemos propor outros formatos de peças nestes recursos?</p>	<p>a) A seguir os perfis orgânicos da Prefeitura: @prefsalvador no Instagram, Facebook, Twitter (X), Threads, YouTube e TikTok.</p> <p>b) Não.</p>
18	Para fins da execução do item 1.1.1.3.1.a., da Ideia Criativa, solicitamos:	<p>a) Os arquivos em vetor da(s) marca(s) que deve(m) constar nas assinaturas das peças corporificadas.</p> <p>b) O Manual de marca da Prefeitura de Salvador, vigente atualmente.</p>	O material solicitado foi anexado a esta publicação.
19	DO BRIEFING	<p>É Possível informar os dados de quantas pessoas foram atendidas na saúde pelo município desde 2021?</p> <p>E qual seria a média de pessoas atendidas por dia?</p>	Todos os dados disponíveis constaram do Briefing, portanto, qualquer outro dado adicional deverá ser levantado pela licitante.
20	Manual da marca da Prefeitura Municipal de Salvador	Onde podemos baixar o Manual de Marca da Prefeitura de Salvador, podem fornecer um link para download?	O material solicitado foi anexado a esta publicação.
21	No Briefing, na página 76 do edital, consta como período para campanha: 30 dias do ano de 2023.	Pergunta-se: Tendo em vista que estamos em 2024, é possível utilizar como período 30 dias do ano de 2024?	O exercício do briefing e da proposta constitui exercício hipotético e assim será considerado. O período máximo será de 30 dias. Como o edital foi publicado em 2024, pode ser para o ano de 2024 ou pode ser 2023, a critério da licitante.
22	O item 5.10.2.4.3 preconiza que os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos.	Pergunta-se: Qual a data de publicação do edital para fins de consideração das tabelas de preços vigentes dos veículos?	Deve ser considerada a data de publicação (01.02) e assim utilizar as tabelas dos veículos referentes a fevereiro de 2024.
23	Tabela de veículos.	É permitido propor veículos e plataformas de tecnologia (ex.: Facebook, Google, Trading Desk) que não trabalham com tabela de preços e operam na modalidade de leilão?	Somente serão admitidos veículos que possuam tabela de preços.