

Nº	ASSUNTO/ITEM	DÚVIDA	RESPOSTA
24	Estratégia de Mídia e Não Mídia	Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ser editados em cores e ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos?	Sim, a critério da licitante.
25	Sessão pública da licitação.	A agência gostaria de informações acerca da abertura, local, data e horário para início da sessão pública da licitação para contratação de serviços de publicidade.	Conforme Edital da Concorrência nº 001/2024, disponível desde 01/02/2024, a sessão acontecerá no dia 20/03/2024, às 10h, no auditório da Secretaria Municipal de Gestão, situado no 7º andar, à Rua Horácio César, 64 - Dois de Julho, Salvador / BA - CEP.: 40020-585.
26	No subitem 12.1.5.1.1.III, que aborda os requisitos do Invólucro nº 1 em relação à Ideia Criativa, é especificado que “a agência deverá apresentar campanha publicitária com relação de todas as peças publicitárias que a licitante julgar necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing, com a descrição de cada uma...”. Entretanto, não há clareza quanto ao tipo de descrição que se espera para cada uma dessas peças. Surge então a seguinte indagação:	Qual é a natureza da descrição esperada para cada uma das peças que integram o plano de comunicação? Deve-se abordar a função tática de cada peça, seu formato, a descrição de como seria o layout das mesmas ou outro tipo de descrição?	A natureza da descrição faz parte da demonstração da capacidade técnica da licitante que será demonstrada na sua proposta e julgada segundo os critérios fixados no edital. Não há um "desejo" por parte da Prefeitura Municipal de Salvador.
27	BRIEFING	É possível informar os dados de quantas pessoas foram atendidas pelo sistema de saúde do município desde 2021?	Todos os dados disponíveis constaram do Briefing, portanto, qualquer outro dado adicional deverá ser levantado pela licitante.
28	BRIEFING	Qual seria a média de pessoas atendidas por dia pelo sistema de saúde do município?	Todos os dados disponíveis constaram do Briefing, portanto, qualquer outro dado adicional deverá ser levantado pela licitante.
30	Retirada do invólucro 1	Gostaria de saber se há uma data limite para retirada do Invólucro 1	A data/horário limite para a retirada do Invólucro nº 01 – Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada) será 19 de março de 2024 até as 16h.
31	Invólucro 5 - Documentos de Habilitação	O Invólucro 5 - Documentos de Habilitação, será entregue na primeira sessão ou somente na última?	Nos termos da Cláusula 5.7.1 do Edital da Concorrência nº 001/2024, bem como em atenção aos incisos XI e XII do art. 11 da Lei Federal nº 12.232/2010, o invólucro nº 05 deverá ser apresentado pelas empresas classificadas após o julgamento final das Propostas Técnicas, na 4ª sessão, que será publicado no Diário Oficial do Município do Salvador – DOM (http://www.dom.salvador.ba.gov.br) e no portal “Compras Salvador” (http://www.compras.salvador.ba.gov.br).
32	<p>Referente à apresentação das peças da ideia criativa, identificamos as seguintes divergências entre dispositivos do edital:</p> <p>- 4.1.15. O ‘monstro’ ou layout eletrônico e o storyboard animado ou animatic deverão ser apresentados em CD, DVD ou pendrive, executáveis em sistema operacional Windows.</p> <p>- 5.10.2.3.1. Os exemplos de peças</p> <p>b) Podem ser apresentados sob a forma de roteiro, leiaute, boneca (folder) e storyboard impressos, para qualquer peça, bem como sob a forma de "monstro", apenas para rádio e internet.</p> <p>ANEXO IX – CRITÉRIOS DE ELABORAÇÃO E JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA</p> <p>- 1.1.1.3.1. Os exemplos de peças:</p> <p>b) Podem ser apresentados sob a forma de roteiro, leiaute, boneca (folder) e storyboard impressos, para qualquer peça, e de "monstro", apenas para rádio e internet.</p> <p>ANEXO XVI – TERMO DE REFERÊNCIA</p> <p>- 12.1.5.1.1. 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.</p>	<p>Pergunta-se:</p> <p>1) Está entendido que as peças poderão ser apresentadas na forma de roteiro, leiaute, storyboard impresso, animado ou animatic, boneca ou leiaute montado. Correto?</p> <p>2) A dúvida persiste em relação aos meios em que serão admitidos monstros. Estamos entendendo que deve prevalecer a redação do edital (item 5.10.2.3.1), ou seja, poderá ser apresentado monstro apenas para os meios rádio e internet. Correto?</p>	<p>1) Sim, correto.</p> <p>2) Sim, correto. Os monstros devem ser apresentados para os meios rádio e internet. Para TV e Cinema, por exemplo, a licitante deverá apresentar roteiro, storyboard impresso, animado ou animatic.</p>