

PERGUNTAS E RESPOSTAS REFERENTES A CONCORRENCIA Nº 01/2025

Pergunta:

1 - Poderiam, por gentileza, no enviar o edital referente à CONCORRENCIA Nº 01/2025 - SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. Abertura: 02/06/2025?

Resposta:

O Edital está publicado no comprasnet.ba.gov.br e no Portal do PNCP.

Pergunta:

2 - Gostaria de solicitar, por gentileza, o edital da licitação abaixo para análise, pois não consegui encontrá-lo no site, no diário oficial, nem no PNCP.

- Encontrei um edital, mas ele não menciona a data da licitação. Um aviso no portal do Conlicitação informa que será em 02/06/2025, enquanto outro menciona 29/05/2025.

- Poderiam, por favor, confirmar a data correta da licitação?

- E onde posso encontrar o edital, arquivos e esclarecimentos possíveis?

- Qual é o site do diário oficial?

Resposta:

O site é www.comprasnet.ba.gov.br e www.gov.br/pnp/pt-br.

A data de abertura é 02/06/2025.

Conforme publicação no DOE.

Pergunta:

3 - No item 9.2, D, é estabelecido que o prazo máximo para a entrega das propostas se dá 2 dias úteis antes da sessão de abertura, porém no item 22.2., estabelece a primeira sessão como o momento de entrega dos invólucros 1 a 4 em condições de participação. Logo, questiono como será o procedimento, deveremos entregar dois dias úteis antes ou apenas no dia da sessão?

Resposta:

Observar o que diz o item 8.4

8.4 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Proposta Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 9.2.alínea D.

Pergunta

4 - O item 11.2.5 do edital estabelece que os textos de raciocínio básico e estratégia de comunicação publicitária estão limitados a 12 páginas, enquanto o item 1.2 do Anexo II estabelece que este limite para os mesmos textos é de 10 páginas, qual das informações encontra-se correta?

Resposta:

Considerar o item 11.2.5 (12 páginas).

5 - O item 14.6 menciona uma suposta tabela contida no item 18.7, o qual não existe, haverá alguma retificação do presente edital?

Resposta:

Esta tabela refere-se ao item 14.5, houve erro de digitação. Essa informação estará disponibilizada no comprasnet.ba.gov.br e será repassada a todos.

PERGUNTAS E RESPOSTAS REFERENTES A CONCORRENCIA Nº 01/2025

1. O invólucro nº 1, padronizado, deve ser entregue com fechamento ou sem fechamento?

Resposta: Com fechamento.

2. O item 1.1.1.4.4 do edital estabelece que

1.1.1.4.4 Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 1.1.1.3.1 deverão constar dessa simulação.

Ocorre que a alínea 'a' do subitem 1.1.1.3.1 não trata da relação comentada das peças da ideia criativa, assim perguntamos: as licitantes deverão apresentar relação comentada das peças corporificadas e das não corporificadas?

Resposta: Sim.

Caso positivo essa relação integrará o limite de páginas?

Resposta: Sim.

Caso negativo, as peças não corporificadas deverão constar da simulação de mídia?

3. Na simulação do plano de distribuição de mídia será permitida a utilização de trading desk que atua como veículo e que possui tabela cheia, para alocação de investimentos em plataformas digitais de comunicação?

Resposta: SIM. SERÁ PERMITIDO TRADING DESK

PERGUNTAS E RESPOSTAS REFERENTES A CONCORRENCIA Nº 01/2025

PERGUNTA 1: Entendemos que serão fornecidos 2 invólucros padronizados - um para o Plano de Comunicação/Via Não Identificada e, o outro, para a Proposta de Preços. Está correto o nosso entendimento?

Resposta: Não. Serão fornecidos pela SECOM os 04 Invólucros.

PERGUNTA 2: Entendemos que os vídeos, spots e peças de internet para o Repertório e os Relatos de Solução de Problemas de Comunicação devem ser gravados em pendrive fornecido pela Comissão Especial de Licitação. Perguntamos:

a) Será fornecido apenas um pendrive onde as licitantes deverão gravar as peças dos dois diferentes quesitos?

Resposta: Não. Será fornecido 02 pendrives.

b) Esse (ou esses) pendrive(s) será (serão) entregue(s) junto com os envelopes padronizados da Via Não Identificada e da Proposta de Preços?

Resposta: Sim.

PERGUNTA 3: O item 11.2.2, determina que "Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesito Ideia Criativa poderão ser apresentados em pendrive sem identificação, em capas idênticas ao modelo fornecido pela Comissão Especial de Licitação". Esse pendrive e capa serão fornecidos pela Comissão Especial de Licitação a fim de manter a isonomia do certame?

Resposta: Sim. Conforme itens 11.7.4, 12.7.2 e 2.5.

PERGUNTA 4: O item 1.1.1.3.1, exemplos de peças, determina que "

d) Os storyboards animados ou animatics e os protótipos ou "monstros" devem ser fornecidos em pendrive, executável em computadores pessoais, acondicionados em envelopes". Esse pendrive também será fornecido pela Comissão Especial de Licitação juntamente com o envelope mencionado para acondicionamento?

Resposta: Sim, conforme resposta acima.

PERGUNTA 5: Quais formalidades devem ser seguidas para a solicitação dos invólucros e dos pendrives?

Resposta: Encaminhar por email ofício em papel timbrado da empresa solicitando a retirada dos Invólucros e dos pendrives. Informar o nome da pessoa que fará essa retirada.

PERGUNTA 6: O Invólucro nº 1 deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação, na primeira sessão, aberto ou lacrado?

Resposta: Lacrado.

PERGUNTA 7: Na simulação de mídia deverão ser utilizadas as tabelas vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação. Qual a data da publicação do primeiro Aviso de Licitação?

Resposta: 27/03/2025, conforme publicação no DOE e PNCP.

PERGUNTA 8: Considerando que algumas plataformas/veículos de comunicação/mídias sociais não utilizam tabelas de preços fixas (Inovadores Digitais/Google e Meta, por exemplo), podemos apresentar os valores resultantes das simulações feitas diretamente nessas plataformas de comunicação e divulgação?

Resposta: SIM

PERGUNTA 9: As assinaturas dos Relatos e das Declarações da Qualificação Técnica para a Habilitação poderão ser feitas de forma digital, utilizando-se plataformas como Contrato, Design, D4Sign, AdobeSign, entre outras?

Resposta: Sim.

PERGUNTA 10: Na formatação dos textos do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada é permitida a utilização de bold, negrito, itálico, sublinhado e caixa alta?

Resposta: Não. Conforme item 11.2 "f".

PERGUNTA 11: Tentamos acessar o Edital e os documentos anexos no site de Licitações e, ao colocar "publicidade" no item Objeto da Licitação, nenhum documento aparece. Apenas colocando "engenharia e obras" aparecem os documentos referentes à publicidade. Entendemos que há um erro no formulário. Está correto nosso entendimento?

Resposta: Conforme nosso sistema SIMPAS. Serviços especiais.

PERGUNTA 12: Para o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, qual data devemos considerar para a veiculação ou distribuição das peças?

Resposta: De acordo com o briefing publicado, o período de veiculação deverá ser de 15 dias. Cada agência deverá definir o período de veiculação que melhor se adequa à estratégia de mídia.

PERGUNTA 13: Na Capacidade de Atendimento podemos incluir também fotos, diagramas, quadros e tabelas ou apenas texto?

Resposta: SIM

PERGUNTA 14: Ao acessarmos o Termo de Referência no site verificamos que vários itens estão marcados em vermelho. Podemos considerar o Termo de Referência válido, mesmo com essas marcações em vermelho?

Resposta: Sim.

PERGUNTA 15: Entendemos que a Ideia Criativa será composta apenas das 15 pranchas em formato A3, sem qualquer outro texto explicativo em folhas A4. Está correto nosso entendimento?

Resposta: SEGUIR CONFORME ITEM 11.2.6 DO EDITAL

PERGUNTA 16: O item 11.2.6 menciona “os roteiros”. Entendemos que das 15 peças apresentadas na Ideia Criativa algumas, dependendo de suas características, poderão ser apresentadas apenas com roteiros ou apenas com storyboards, à escolha da agência. Está correto o nosso entendimento?

Resposta: SIM.

PERGUNTAS E RESPOSTAS REFERENTES A CONCORRENCIA Nº 01/2025

Gostaria de solicitar esclarecimentos em relação ao edital de licitação Nº01/2025 cujo objeto é a prestação de serviços de Publicidade Institucional, Utilidade Pública, Monitoramento de Redes Sociais e Comunicação Digital, por intermédio de 05 (cinco) agências...

Pergunta 1

No item 9.2 alínea "D" que trata do recebimento das propostas, temos: *"Início do recebimento das propostas até 10 dias úteis antes da abertura e fim do recebimento até 02 dias úteis antes da abertura..."*

Pergunta-se: As propostas deverão ser entregues antes da data da 1ª sessão pública ou deverão ser entregues apenas durante a 1ª sessão pública que acontecerá no dia 02/06/25 às 9h30 na Sala de reunião da Secretaria de Comunicação Social?

Resposta: Observar o que diz o item 8.4

8.4 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Proposta Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 9.2.alínea D.

Pergunta 2

Em qual endereço eletrônico os licitantes poderão acompanhar as respostas aos esclarecimentos, bem como demais comunicados emitidos pela comissão de licitação?

Resposta: www.comprasnet.ba.gov.br

PERGUNTAS E RESPOSTAS REFERENTES A CONCORRENCIA Nº 01/2025

1) As peças e ou material do REPERTÓRIO devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de qual data?

Resposta: De acordo com o briefing publicado, o período de veiculação deverá ser de 15 dias. Cada agência deverá definir o período de veiculação que melhor se adequa à estratégia de mídia.

2) Os RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO devem ter sido implementados a partir de qual data?

Resposta: De acordo com o briefing publicado, o período de veiculação deverá ser de 15 dias. Cada agência deverá definir o período de veiculação que melhor se adequa à estratégia de mídia.

3) O item 11.2.6 determina que "Os exemplos de peças da Ideia Criativa estão limitados a 15, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça. Os roteiros e a apresentação dos exemplos de peças da Ideia Criativa, não têm limite de páginas".

Perguntamos:

- a) Essas pranchas A3 serão consideradas páginas avulsas? Devem ser numeradas?
- b) Ou devem ser consideradas como parte integrante do caderno do Plano de Comunicação Publicitária/Via Não Identificada e encaixadas e numeradas na sequência do texto? Neste caso, podem ser dobradas?

Resposta: SEGUIR CONFORME ITEM 11.2.6 DO EDITAL

PERGUNTAS E RESPOSTAS REFERENTES A CONCORRENCIA Nº 01/2025

- 1) Além das 15 peças corporificadas, serão permitidas peças não corporificadas?

Resposta: Seguir conforme ITEM 11.2.6.

- 2) Qual o limite de páginas para a lista comentada de peças corporificadas e não corporificadas?

Resposta: Seguir conforme ITEM 11.2.6

- 3) Todas as peças listadas devem ser orçadas e previstas no plano de mídia e não mídia?

Resposta: Sim.

- 4) Essa lista comentada de peças corporificadas e não corporificadas deve estar incluída nas 12 páginas previstas para o Plano de Comunicação no subitem Ideia Criativa?

Respostas: Seguir conforme ITEM 11.2.6

PERGUNTAS E RESPOSTAS REFERENTES A CONCORRENCIA Nº 01/2025

Examinando o EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 01/2025, constatamos omissões nas alíneas "a" e "g" do subitem 17.2.3, as quais devem ser supridas ou esclarecidas pela Comissão Especial de Licitação. Com efeito, a primeira parte da alínea "a" exige o "registro ou inscrição válida da empresa na entidade profissional", mas diferentemente da redação das alíneas "b" e "c", não condicionou "se for o caso".

Pergunta: Qual é a entidade profissional que a agência de publicidade e propaganda deve ter registro ou inscrição obrigatória? Entendemos que não são a ABAP, o SINAPRO ou o CENP, pois tais entidades não se configuram como Conselhos Profissionais, sem olvidar do disposto no inciso V do art. 8º da Constituição Federal.

Resposta:

Sobre a alínea "a" do subitem 17.2.3:

O registro ou inscrição mencionados referem-se às exigências da Lei nº 4.680/1965, sendo obrigatória a comprovação de registro atualizado junto ao SINAPRO e ao CENP, como prática reconhecida para habilitação de agências de publicidade em processos licitatórios, não se aplicando a conselhos profissionais previstos no art. 8º, V da CF.

Pergunta: A alínea "g" do mesmo subitem exige a "prova de atendimento de requisitos previstos em lei especial". Perguntamos: Além da Lei nº 12.232/2010, qual seria outra lei especial e quais os requisitos que dela devem ser atendidos?

Resposta:

Quanto à alínea "g":

Os requisitos legais a serem atendidos referem-se principalmente à Lei nº 12.232/2010 e à própria Lei nº 4.680/1965, que regulamentam a atividade publicitária no país. Não há outra lei especial aplicável além dessas.

Prezados Senhores,

Solicitamos a gentileza de esclarecimentos sobre a Licitação em referência.

1. Verificamos que o Invólucro Nº 1, que já retiramos, destinado à Via Não Identificada, possui etiqueta que pede preenchimento de nome da agência e CNPJ. Entendemos que se trata de um equívoco, já que se trata da Via NÃO Identificada. Estando correto o nosso entendimento, poderá ser feita a entrega da proposta com a utilização do mesmo invólucro, mas sem preenchimento das informações solicitadas na etiqueta?

RESPOSTA: Exato. Conforme item 10, SUBITEM 10.1.1, 10.1.1.1, 10.1.1.2 E 10.1.1.2.1.

2. Entendemos que as informações solicitadas nas etiquetas dos demais invólucros e no Anexo III – Planilha de Preços Sujeitos à Valoração deverão ser preenchidas manualmente. Está correto nosso entendimento?

RESPOSTA: Correto.

3. Em atenção à exigência prevista no item 1.1.2, "b" do Anexo II do edital da licitação 01/2025, promovida pelo Governo do Estado da Bahia, estamos entendendo que poderão integrar o rol de profissionais de faturamento, além dos faturistas em si, também a equipe de checking da agência, responsável pela análise de conformidade das comprovações encaminhadas pelos veículos de divulgação. Está correto o entendimento?

RESPOSTA: SIM.

4. Recebemos 2 pendrives junto com os invólucros. Entendemos que, em um deles, deverão ser gravadas as peças da Ideia Criativa. E no segundo pendrive, as peças do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. Está correto nosso entendimento?

RESPOSTA: SIM.

PERGUNTAS E RESPOSTAS REFERENTES A CONCORRENCIA Nº 01/2025

PERGUNTA: O Briefing define que o principal desafio da campanha é ampliar a conscientização da população sobre a importância da inclusão, respeito e acessibilidade, ao mesmo tempo em que posiciona o Governo da Bahia como um agente ativo na promoção dessas pautas.

Perguntamos: onde podem ser encontradas informações oficiais sobre as atuais ações e programas do Governo da Bahia voltados para a inclusão, respeito e acessibilidade, a fim de que possam ser divulgados como exemplos de promoção das pautas mencionadas?

Resposta: Seguir conforme item 8 do briefing.

PERGUNTAS E RESPOSTAS REFERENTES A CONCORRENCIA Nº 01/2025

Sobre o edital 01/2025, gostaria de esclarecer a seguinte dúvida:

- 1- Qual o slogan do Governo deve ser adotado para essa campanha é "Governo presente, futuro pra gente"? Se não, qual seria?

RESPOSTA: DEVERÁ USAR A MARCA DISPONÍVEL NOS CANAIS OFICIAIS .

Questionamento

Concorrência nº 01/2025

Comissão Especial de Licitação

1. De acordo com o subitem 6.1 do Edital em epígrafe, apresentamos as manifestações abaixo com vistas a propiciar as necessárias condições para as licitantes formularem suas propostas e a indispensável clareza para o trabalho de julgamento da Subcomissão Técnica.
2. Nos termos da legislação, a essa Comissão Especial de Licitação (CEL) caberá utilizar seu poder/dever de autotutela para discernir entre as situações em que esclarecimentos sejam suficientes para afastar dúvidas de interpretação acerca das disposições e os casos em que a segurança jurídica recomenda sua alteração com reabertura do prazo inicialmente previsto para apresentação das propostas e documentos, a teor do subitem 30.11 do Edital.

Falta de clareza quanto ao órgão responsável pela licitação

1. Ao longo dos diversos capítulos e Anexos do Edital, não estão claras as disposições acerca do órgão responsável pela contratação, se o Governo do Estado da Bahia ou a Secretaria de Comunicação Social do Governo do Estado. Essa obscuridade suscita situações que podem atrair a insegurança jurídica por vários motivos.
2. A julgar pelo disposto no subitem 1.1.1 do Edital, contratante é a Secretaria de Comunicação Social (doravante SECOM), ao passo que o preâmbulo da Minuta de Contrato (Anexo IV do Edital) estabelece que contratante é o Estado da Bahia. Mas não é só: em diversas passagens, o Edital faz alusões ora ao contratante, ora à contratante e, até, à entidade(!). Na mesma linha, a Minuta de Contrato também se refere ora ao contratante, ora à contratante.
3. Do ponto de vista jurídico-formal, tais inconsistências não têm, em tese, o condão de oferecer dúvidas insanáveis sobre quem é o órgão responsável pela contratação ou ainda sobre direitos e obrigações das partes contratantes.
4. Ocorre que, em especial no Edital, essas inconsistências assumem relevância, pois abarcam atos formais a serem praticados pelas licitantes (elaboração das propostas, apresentação de documentos correlatos), pela Subcomissão Técnica (análise e julgamento das propostas técnicas) e pela Comissão Especial de Licitação (exame das questões relacionadas a preços, a documentos de habilitação e outros).
5. Apenas como exemplos dessas obscuridades e dos evidentes problemas que suscitam, veja-se o seguinte:
6. a) alínea 'd' do subitem 4.1 do Edital: a licitante não poderá participar do certame se pessoas que a integram tenham vínculo com o contratante. Veja que aqui existe a figura do contratante e não da contratante (Secretaria de Comunicação - SECOM). Caso tenha havido erro de digitação e o correto seja a contratante, isso quer dizer que uma licitante poderá participar do

processo se tiver vínculo com outra secretaria, órgão ou entidade do Governo do Estado da Bahia que não a SECOM?

RESPOSTA: Tanto o item 1.1, quanto o preâmbulo da Minuta do Contrato (anexo IV) indicam que o licitante é o Estado da Bahia, por intermédio da Secretaria de Comunicação Social, Cnpj nº 13.722.180/0001-67. Com relação a alínea "d" do subitem 4.2 do Edital, tal disposição está de acordo com o art. 14 da Lei Federal nº 14.133/2021.

7. b) alínea 'e' da declaração de que trata a alínea 'b' do subitem 17.2.5 do Edital: o conteúdo da proposta só não pode ter sido informado, discutido com integrante da SECOM, mas pode ter ocorrido com integrante de outra secretaria, órgão ou entidade do Governo do Estado da Bahia que não a SECOM?

RESPOSTA: Seguir todo o subitem 17.2.5 alínea "b" integralmente.

8. c) subitem 19.3 do Edital: volta a figura do Nesse caso, seis integrantes do rol indicado para sorteio terão vínculo com a SECOM ou com o Governo do Estado da Bahia? E os outros três não terão vínculo com a SECOM ou com o Governo do Estado?

RESPOSTA: Art. 10, §§, 1º e 2º da Lei Federal nº 12.232/2010.

9. d) subitens 1.1.1.1, 1.1.2, alínea 'e', e 1.3, todos do Anexo II: aqui surge uma nova figura: entidade, como variação (indevida) de contratante, ou seja, a/o responsável pela licitação.

RESPOSTA: Tanto o item 1.1, quanto o preâmbulo da Minuta do Contrato (anexo IV) indicam que o licitante é o Estado da Bahia, por intermédio da Secretaria de Comunicação Social, Cnpj nº 13.722.180/0001-67.

10. e) alínea 'a' do subitem 1.1.1.4 do Anexo II: os recursos próprios são apenas os da SECOM ou pode ser de qualquer outra secretaria, órgão ou entidade do Governo do Estado da Bahia?

RESPOSTA: O mencionado item 1.1.1.4, alínea "a" do Anexo II refere-se ao *Briefing*. Caberá, portanto, a qualquer licitante interessado interpretá-lo apresentando as peças cabíveis para análise da subcomissão técnica.

11. f) subitens 1.1.3.4 e 1.1.4.1 do Anexo II: nesses casos, as disposições se referem a trabalhos e ações solicitados/aprovados apenas pela SECOM, como contratante de agência de propaganda. Correto esse entendimento?

RESPOSTA: Correto.

É que, nas licitações do Executivo Federal, uma agência pode apresentar exemplos de Repertório e de Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação pertinentes a

quaisquer de seus clientes, exceto apenas daquele responsável pela licitação a que esteja concorrendo, ali denominados ANUNCIANTES/CONTRATANTE. Dito de outro modo, por exemplo, a concorrência levada a efeito pelo Ministério das Comunicações de número 90003/2024, as licitantes apresentaram exemplos de trabalhos executados para quaisquer outros Ministérios, que não o da Comunicação, ali denominado ANUNCIANTE/CONTRATANTE. Pedimos confirmar o entendimento de que, no caso em apreço, em que as ações publicitárias serão executadas por ordem e conta da Secretaria de Comunicação Social, só não poderão ser apresentados trabalhos executados por agências ao abrigo de contrato firmado com aquela Secretaria;

1. g) 2.2.1.1 a 2.2.1.4 do Anexo II: aqui a elucidação de quem é a/o contratante é muito relevante para a elaboração dos subquestitos do Plano de Comunicação Publicitária, no tocante a todas as suas alíneas. Podemos afirmar que todas dizem respeito a SECOM?

RESPOSTA: Tanto o item 1.1, quanto o preâmbulo da Minuta do Contrato (anexo IV) indicam que o licitante é o Estado da Bahia, por intermédio da Secretaria de Comunicação Social, Cnpj nº 13.722.180/0001-67.

2. Esse mero apanhado arrolado nas alíneas do item 7 justifica a necessidade de alteração de diversas disposições do Edital e de seus Anexos para que fiquem claras as regras a serem observadas por aqueles que são alcançados pelo instrumento convocatório. Tendo em vista que boa parte dos casos afeta a formulação das propostas, deverá ser reaberto o prazo inicial estabelecido para a entrega dos documentos e propostas, de acordo com o subitem 30.11 do Edital.

Assuntos abordados em esclarecimentos às licitantes

1. No Esclarecimento 1 (pergunta 3):

"3 - No item 9.2, D, é estabelecido que o prazo máximo para a entrega das propostas se dá 2 dias úteis antes da sessão de abertura, porém no item 22.2., estabelece a primeira sessão como o momento de entrega dos invólucros 1 a 4 em condições de participação. Logo, questiono como será o procedimento, deveremos entregar dois dias uteis antes ou apenas no dia da sessão?"

RESPOSTA: Ver item 8.4

e no Esclarecimento 4 (pergunta 1):

"No item 9.2 alínea "D" que trata do recebimento das propostas, temos: "Início do recebimento das propostas até 10 dias úteis antes da abertura e fim do recebimento até 02 dias úteis antes da abertura..."

Pergunta-se: As propostas deverão ser entregues antes da data da 1ª sessão pública ou deverão ser entregues apenas durante a 1ª sessão pública que acontecerá no dia 02/06/25 às 9h30 na Sala de reunião da Secretaria de Comunicação Social?"

foi respondido:

"Observar o que diz o item 8.4:

8.4 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Proposta Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 9.2.alínea D."

Considerando a exigência editalícia da não identificação do Invólucro I, bem como todos os cuidados previstos para a entrega dos mesmos documentos pelas licitantes que optarem por entregar no dia 02/06/2025, que procedimentos serão adotados pela CEL para a recepção antes dessa data? Serão registrados em áudio e vídeo como previsto no subitem 1.1.1 do Edital? Não seria melhor alterar o Edital para que a entrega mediante portador seja feita apenas na data marcada para a entrega por todas as licitantes, como usual nas licitações que facultam essa quase rara opção, preservando assim a isonomia e o atendimento às regras do certame?

RESPOSTA: Ver itens 19.4.1 e 19.4.1.1 do Edital.

1. No Esclarecimento 2 (pergunta 2):

"O item 1.1.1.4.4 do edital estabelece que 1.1.1.4.4 Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 1.1.1.3.1 deverão constar dessa simulação.

Ocorre que a alínea 'a' do subitem 1.1.1.3.1 não trata da relação comentada das peças da ideia criativa, assim perguntamos: as licitantes deverão apresentar relação comentada das peças corporificadas e das não corporificadas?"

foi confirmado que deverá ser apresentada uma "relação comentada" (citada no subitem 1.1.1.4.4 do Anexo II) e respondido que essa relação deverá integrar o limite de páginas. Ocorre que os subitens 11.2.5 a 11.2.7 do Edital não fazem nenhuma alusão à Ideia Criativa.

Desse modo, deve ser entendido que o limite de 12 (doze) páginas se refere ao Raciocínio Básico, à Estratégia de Comunicação Publicitária e à relação comentada das peças da Ideia Criativa?

RESPOSTA: Ver itens 11.2.5, 11.2.6 e 11.2.7.

De acordo com o Esclarecimento 3 (pergunta 6)

"O Invólucro nº 1 deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação, na primeira sessão, aberto ou lacrado?"

O Invólucro nº 1 deverá ser entregue à CEL lacrado.

Em face dos cuidados para evitar a revelação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária antes da segunda sessão pública, seria adequado esclarecer se o Invólucro será lacrado (com a substância conhecida como lacre) ou fechado. Se será fechado, que procedimentos devem ser adotados por todos as licitantes, já que o Invólucro pode ser fechado apenas no meio do envelope ou ao longo da aba do envelope. E será

fechado com alguma cola adesivo específico? Ou os envelopes fornecidos pela CEL já terão a fita para fechamento?

RESPOSTA: Fechado com cola ao longo da aba interna do Invólucro para evitar a sua identificação.

1. Nas respostas referentes ao Esclarecimento 5 (perguntas 1 e 2):

“1) As peças e ou material do REPERTÓRIO devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de qual data?”

2) Os RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO devem ter sido implementados a partir de qual data?”

foi dito:

“De acordo com o briefing publicado, o período de veiculação deverá ser de 15 dias. Cada agência deverá definir o período de veiculação que melhor se adequa à estratégia de mídia.”

Ocorre que a dúvida da licitante não se referiu às peças da campanha a ser apresentada em resposta a questões formuladas no Briefing.

A maioria dos editais fixam datas a partir das quais serão aceitas peças do repertório e soluções apresentadas nos cases. Tendo em vista que o Edital não fez essa previsão, não há como a CEL interpretar qual seria a data.

Desse modo, cabe à CEL corrigir as respostas para assentar, nos dois casos, que o Edital não fixou nenhuma data.

RESPOSTA: o questionamento refere-se ao Briefing. Caberá, portanto, a qualquer licitante interessado interpretá-lo apresentando as peças cabíveis para análise da subcomissão técnica.

Seguem abaixo questionamentos sobre o edital:

Questionamento 1

Considerando a solicitação do edital "Ítem 1.1.1.4.3 Na simulação de que trata a alínea b do item 1.1.1.4, os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos.", solicita-se esclarecimento quanto à forma adequada de apresentação das informações no caso de plataformas digitais como Meta Ads, Google Ads, TikTok Ads e etc.

Essas plataformas operam exclusivamente por meio de sistema de leilão e, portanto, não disponibilizam tabelas fixas de preços. Em vez disso, fornecem estimativas de entrega como alcance, impressões e frequência, baseadas na verba, segmentação e outros parâmetros da campanha. Essas estimativas são dinâmicas e podem variar, justamente por dependerem do ambiente de leilão.

Cabe destacar que essas plataformas permitem a compra direta de mídia, sem a necessidade de fornecedores terceirizados (Trenddesks). Porém ainda assim, também é possível realizar a compra por meio de fornecedores parceiros, os quais, nesses casos, podem apresentar tabela de preços cheias para a comercialização dos espaços publicitários nessas mesmas plataformas.

Diante disso, questiona-se: Como deve ser apresentada a previsão de veiculação no plano de mídia para essas plataformas, considerando que não há valores fixos ou tabelas oficiais disponíveis quando a compra é feita diretamente? Não será permitida a compra diretamente com as plataformas, sendo permitido apenas a compra através de fornecedores terceirizados (Trenddesks) e suas respectivas tabelas de preço?

Adicionalmente, caso seja permitida a inclusão dessas plataformas no plano de mídia, mesmo sem valores fixos de tabela, solicita-se também esclarecimento sobre a possibilidade de compor um mix de veiculações entre Mídia comprada diretamente em plataformas digitais e Fornecedores terceirizados que operam nessas plataformas com apresentação de tabela própria.

RESPOSTA: Fica a critério da licitante a apresentação da estratégia seja através trenddesks ou de forma direta. Será feita uma análise de preço apresentado na ocasião bem como melhor estratégia.

Questionamento 2:

Como o edital solicita que os valores dos orçamentos de mídia sejam baseados em tabela de preços, solicita-se esclarecimento quanto à forma de apresentação dos custos no caso de contratação de influenciadores digitais e suas entregas contratadas, uma vez que esse tipo de serviço é normalmente negociado por meio de propostas comerciais personalizadas, e não com base em tabelas fixas de preço.

Nesse caso, é permitido apresentar os valores conforme propostas comerciais formalizadas pelos influenciadores ou seus representantes no plano de mídia?

RESPOSTA: Será feita uma análise de preço apresentado na ocasião bem como melhor estratégia.

DAS PROPOSTAS TÉCNICAS:

QUESTIONAMENTO 01 Questão importante para a formulação das propostas técnicas diz respeito ao correto entendimento sobre que soluções as licitantes deverão apresentar em sua proposta de campanha. Nesse sentido, diversas disposições do Edital, a exemplo das previstas nos subitens 1.1.1.1 a 1.1.1.3 do Anexo II, se referem ao problema específico de comunicação previsto no Briefing. Ocorre que, de modo diverso, o Briefing faz alusão a desafios de comunicação. Assim, deve-se entender que o problema específico de comunicação é o que consta do item 2 do Briefing?

RESPOSTA:Correto.

QUESTIONAMENTO 02 A alínea 'c' do subitem 1.1.1.2 do Anexo II prevê que a licitante deve explanar e defender os principais pontos da estratégia de Brand Safety para as mídias digitais, mas inexistente indicação, no subitem 2.2.1.2, de como será feito o julgamento desse aspecto da proposta. A CEL acrescentará uma alínea a esse último subitem ou o mesmo não será objeto de julgamento?

RESPOSTA: Será julgada conforme item 1.1.1.2.

QUESTIONAMENTO 03 Necessário deixar assentado no Anexo II do Edital se será necessário apresentar fichas técnicas das peças permitidas pelo subitem 1.1.4.2 do Anexo II. Se sim, é preciso explicitar que os textos pertinentes a essas fichas não serão computados no limite de páginas referido no subitem 1.1.4 do Anexo II. Será realizado? Caso positivo, como tomaremos conhecimento?

RESPOSTA: Seguir conforme orientação do item 1 do anexo II.

QUESTIONAMENTO 04 Na alínea 'e' do subitem 22.4, a remissão correta é aos subitens 14.5 a 14.7, todos do Edital. Necessária a retificação pela CEL. Será realizado? Caso positivo, como tomaremos conhecimento?

RESPOSTA:Itens corretos 14.5 e 14.7.

Todas as perguntas e respostas estão disponíveis no comprasnet.ba.gov.br

DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

QUESTIONAMENTO 05 É necessário deixar claro, quanto ao disposto no subitem 13.1.3 do Edital, se, além do o Invólucro nº 4, a CEL fornecerá aos licitantes uma "Proposta de Preço original e rubricada pela Comissão Especial de Licitação". Se sim, caberia a cada licitante apenas inserir os percentuais de descontos e honorários, o nome da licitante e a identificação de seu representante no referido documento?

RESPOSTA: Correto.

QUESTIONAMENTO 06 Se confirmado que a proposta de preços será fornecida pela CEL, nela já estarão previstos os percentuais não sujeitos à disputa/valoração, referidos no subitem 14.2.2 do Edital?

RESPOSTA: Não. Só será fornecido uma Planilha.

QUESTIONAMENTO 07 Onde está disponível a planilha prevista no subitem 14.1.1 do Edital e qual sua função?

RESPOSTA: Proposta de Preço, será entregue junto com os Invólucros. Estará dentro do Invólucro 4.

QUESTIONAMENTO 08 Caso o documento – Proposta de Preços -- seja fornecido pela CEL, a declaração prevista no subitem 14.1.2 do Edital será elaborada pela licitante em um segundo documento?

RESPOSTA: Correto.

QUESTIONAMENTO 09 O prazo de validade da proposta de preços será o previsto no subitem 14.1.2.6 do Edital (por todo o período da licitação, até a contratação), sem escolha pela licitante, ou deverá ser declarado pela licitante na declaração prevista no item 1.4.1.2 seguindo a regra do subitem 14.3 do Edital, a ser inserido no Invólucro nº 4 (sessenta dias)?

RESPOSTA: Item 14.3.

DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

QUESTIONAMENTO 10: Assunto já vencido na via administrativa em diversos certames da espécie, resta claro que a redação do subitem 17.2.3 do Edital precisa ser revista, porque a exigência de "registro ou inscrição válida da empresa na entidade profissional", conforme alínea 'a', é inconstitucional, a teor da Constituição, art. 5º, inciso XX.

**RESPOSTA: Sobre a alínea "a" do subitem 17.2.3:
O registro ou inscrição mencionados referem-se às exigências da Lei nº 4.680/1965, sendo obrigatória a comprovação de registro atualizado junto ao SINAPRO e ao CENP, como prática reconhecida para habilitação de agências de publicidade em processos licitatórios, não se aplicando a conselhos profissionais previstos no art. 8º, V da CF.**

QUESTIONAMENTO 11: De fato, a Lei Federal nº 4.680/1965, que dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário, não prevê a exigência de apresentação de atestado de responsabilidade técnica, como previsto na mencionada alínea 'b'. Como alternativa, os editais da espécie têm fixado a obrigação de a própria licitante declarar qual profissional será o responsável técnico pela execução dos trabalhos do futuro contrato.

RESPOSTA: Quando for o caso.

QUESTIONAMENTO 12: Torna-se necessário reavaliar se, de acordo com a alínea 'e' do subitem 17.2.3 do Edital, as licitantes devem realmente indicar pessoal técnico, instalações e aparelhamento, tendo em vista que, em fase anterior do procedimento licitatório, já terão sido indicados e pontuados no quesito Capacidade de Atendimento, como previsto no subitem 1.1.2 do Anexo II. A ser mantida alguma exigência, no subitem 17.2.3 do Edital, mais adequado uma declaração da licitante confirmando que o pessoal técnico, às instalações e o aparelhamento são os que constaram em sua proposta técnica, quesito Capacidade de Atendimento, conforme previsto no subitem 1.1.2 do Anexo II.

RESPOSTA: A disposição segue a minuta padrão federal, conforme orientação da Procuradoria Geral do Estado – PGE, portanto será mantida.

QUESTIONAMENTO 13: A alínea 'a' do subitem 17.2.3 do edital já contempla a exigência do Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento, conforme previsto no artigo 4º da Lei nº 12.232/2010. A Lei nº 4.680/1965, que disciplina o exercício das profissões de Publicitário e Agenciador de Propaganda, não impõe requisitos adicionais de comprovação para agências de propaganda além do que já está previsto na Lei nº 12.232/2010. A exigência genérica de "comprovação do atendimento conforme lei especial", sem a devida especificação no edital, pode comprometer os princípios da legalidade, da publicidade e da isonomia que regem os processos licitatórios.

Diante do exposto, solicitamos:

a) A retirada da alínea 'g' do subitem 17.2.3 do edital, por carecer de base legal específica e por não estar devidamente fundamentada no instrumento convocatório.

RESPOSTA: Quanto à alínea "g": Os requisitos legais a serem atendidos referem-se principalmente à Lei nº 12.232/2010 e à própria Lei nº 4.680/1965, que regulamentam a atividade publicitária no país. Não há outra lei especial aplicável além dessas.

b) Esclarecimentos sobre quais registros ou comprovações, previstos nas Leis nº 12.232/2010 e nº 4.680/1965, excetuando o já previsto na alínea "a" do item 17.2.3 são obrigatórios para a habilitação das agências de propaganda no presente certame.

RESPOSTA: O registro ou inscrição mencionados referem-se às exigências da Lei nº 4.680/1965, sendo obrigatória a comprovação de registro atualizado junto ao SINAPRO e ao CENP, como prática reconhecida para habilitação de agências de publicidade em processos licitatórios, não se aplicando a conselhos profissionais previstos no art. 8º, V da CF.

QUESTIONAMENTO 14: Já está assentado em licitações da espécie que, de modo diverso do disposto no inciso IV do subitem 17.2.4 do Edital, a exigência para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED deve ser a de apresentar a impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema: b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis; c) termo de abertura e

encerramento; e) recibo de entrega de Livro Digital. Solicitamos a revisão das exigências das referidas alíneas para a exclusão das alíneas "a" e "d". Será realizado? Caso positivo, como tomaremos conhecimento?

RESPOSTA: Não. As exigências previstas neste item são baseadas em editais nacionais e validados pela Procuradoria Geral do Estado.

DA MINUTA DE CONTRATO

QUESTIONAMENTO 15: No tocante à Cláusula Décima da minuta de contrato (Anexo IV), necessário esclarecer:

a) a que órgãos e entidades se refere o subitem 10.1.2?

RESPOSTA: A CONTRATANTE.

b) que, no subitem 10.4, a remissão correta é ao subitem 5.15 do mesmo documento.

RESPOSTA: Não. A remissão está correta, ou seja, 5.14 e seus subitens.

c) que, no subitem 10.6, a menção correta é ao Poder Executivo Estadual. Será realizado?

RESPOSTA: Poder Executivo Estadual.

Caso positivo, como tomaremos conhecimento?

Todas as perguntas e respostas estão disponíveis no comprasnet.ba.gov.br

QUESTIONAMENTO 16: Ainda quanto à referida Cláusula Décima, para evitar insegurança jurídica na execução contratual seria conveniente reordenar e eliminar as repetições das seguintes disposições:

a) subitens 10.1, 10.8 e 10.12;

RESPOSTA: Não há repetição.

b) subitens 10.1.1 e 10.3;

RESPOSTA: Não há repetição.

c) subitens 10.2 e 10.9.

RESPOSTA: Não há repetição.

Será realizado?

RESPOSTA: NÃO.

Caso positivo, como tomaremos conhecimento?

RESPOSTA: Todas as perguntas e respostas estão disponíveis no comprasnet.ba.gov.br

QUESTIONAMENTO 17: Quanto ao disposto na Cláusula Décima Segunda, subitem 12.1, a Administração considerou que a fixação do percentual de 5% do valor máximo estimado para a execução dos serviços (60%), em relação ao valor previsto no subitem 4.1, representará, na prática, garantias que, somadas, corresponderão a 15% do valor inicial do contrato, enquanto a Lei Federal nº 14.133/2021, art. 98, permite o máximo de 5%?

RESPOSTA: O valor da garantia será de 5% do valor máximo estimado para a execução contratual, qual seja 60% do valor global, conforme disposto no subitem 4.1.

QUESTIONAMENTO 18: No subitem 13.5 da Cláusula Décima Terceira, a remissão correta é ao subitem 2.26.4 da Cláusula Segunda da minuta de contrato?

RESPOSTA:Correto.

O item 11.1.2 do Edital prevê que a "a proposta técnica será apresentada em 03 vias distintas, sendo duas delas destinadas ao plano de comunicação, e outra para o conjunto de informações referentes ao licitante", a referência a "3 vias" diz respeito a: (i) via não identificada do plano de comunicação – invólucro 1; (ii) via identificada do plano de comunicação – invólucro 2; e (iii) Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação - invólucro 3, correto?

RESPOSTA: CORRETO.

Considerando a previsão do item 11.2.6, que indica a limitação de 15 peças, sem restrição de formato, serão admitidas peças corporificadas ou não corporificadas, desde que observado o limite de 15 peças, correto?

RESPOSTA: SIM.

Em relação ao item 1.1.4 "Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação", considerando que não há limitação de exemplos de peças para cada case, questionamos:

- a) O limite de "duas páginas por relato", refere-se exclusivamente ao texto, não contemplando os exemplos de peças, correto?

RESPOSTA: Considerar o item 1.1.4 do anexo II do edital.

- b) Pode ser apresentada qualquer quantidade de peças, inclusive em folhas separadas, sem limitação de número de folhas para os exemplos de peças, correto?

RESPOSTA: Considerar o subitem 1.1.4.2, do anexo II do edital.

O item 12.2.1 aponta os critérios para julgamento das propostas técnicas. Devemos entender que há mero erro de digitação no referido item dado que não consta a "Ideia Criativa" na listagem, correto?

RESPOSTA: Conforme item 12.2.4.1 e consta no anexo II, item 1.1.1.3

O item 14.5 aponta os quesitos que serão utilizados para a valoração das propostas de preços. A segunda linha da tabela aponta o quesito "Percentual de desconto sobre os custos dos serviços na alínea 'a' do item 18.3". Esse item "18.3", alínea a, contudo, não existe correspondente no Edital. Devemos considerar que se trata de um erro de digitação? Qual o item correspondente correto?

RESPOSTA: Item 14.7, subitem 14.7.1

O item 14.6 prevê que "a nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no item 18.7, como segue: $P = P1 + P2 + P3 + P4$ ". Esse item "18.7", contudo, não existe correspondente no Edital. Devemos considerar que se trata de um erro de digitação? Qual o item correspondente correto?

RESPOSTA: Corresponde ao item 14.5.

Considerando que item 1.1.3, que se refere ao repertório, não estabelece limite temporal, podemos considerar que as peças do repertório podem ter sido produzidas e veiculadas há qualquer tempo, correto?

RESPOSTA: De acordo com o briefing publicado, o período de veiculação deverá ser de 15 dias. Cada agência deverá definir o período de veiculação que melhor se adéqua a estratégia de mídia.

Considerando a previsão de entrega de invólucros fechados, a Comissão definirá um material específico para fechamento ou os licitantes podem utilizar qualquer um deles para esse fim?

RESPOSTA: Fechado com cola ao longo da aba interna do Invólucro para evitar a sua identificação.

O item 11.2.2 prevê que "os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa poderão: (...) ser apresentados em pendrive sem identificação, em capas idênticas ao modelo fornecido pela Comissão Especial de Licitação, conforme Critérios de Elaboração da Proposta Técnica do Anexo II". Questiona-se:

- a) As peças digitais da Ideia Criativa, previstas no item 11.2.6, deverão ser entregues em pen drive fornecido pela Comissão ou a cargo da licitante?

RESPOSTA: Fornecido pela Comissão Especial de Licitação.

- b) Caso essas peças devam ser entregues em pen drive próprio, há alguma orientação quanto ao modelo, capacidade, tipo de conexão ou qualquer outro padrão técnico ou de apresentação?

RESPOSTA: Fornecido pela Comissão Especial de Licitação.

- c) Existe a possibilidade de reunir todos os materiais digitais em um único pen drive, ou cada conjunto (repertório, relatos e ideia criativa) deverá obrigatoriamente ser acondicionado em pen drive separado, respeitando a vinculação aos respectivos invólucros?

RESPOSTA:cada conjunto (repertório, relatos e ideia criativa) deverá obrigatoriamente ser acondicionado em pen drive separado, respeitando a vinculação aos respectivos invólucros.

Obs: Outras perguntas e repostas estão disponíveis no www.comprasnet.ba.gov.br

Questionamento Concorrência 01/2025 Comissão especial de licitação

1. Nos itens 10.1.2.1, 10.1.3.1 e 13.1.1 informam que tais invólucros devem estar fechados, visto que os invólucros fornecidos já possuem campo para a identificação da empresa. Faz-se necessário o fechamento com lacres pela própria empresa com indicação do invólucro, conteúdo, nome da empresa, CNPJ e informações da concorrência?

RESPOSTA: Fechado com cola ao longo da aba interna do Invólucro.

2. Caso não, como os itens supracitados do edital não citam acerca de lacrar o envelope, apenas deixa-lo fechado é suficiente para a devida entrega?

RESPOSTA: Fechado com cola ao longo da aba interna do Invólucro.

Como poderemos ter acesso à logomarca do Governo do Estado da Bahia em alta resolução, para aplicação nas peças da campanha?

Resposta: A logomarca do Governo do Estado da Bahia, assim como demais referências visuais, está disponível para acesso nos canais indicados no item 8 do briefing.

Solicitamos esclarecimentos referentes à Concorrência Pública n.º 01/2025, perante a Secretaria de Comunicação Social conforme dúvidas apresentadas abaixo:

1. O item 14.2.2 do Edital faz menção expressa apenas ao termo "monitoramento de redes sociais", mas descreve, nas alíneas "a", "b" e "c", percentuais aplicáveis aos serviços de criação de conteúdo digital. Diante disso, podemos entender que onde se lê "monitoramento de redes sociais", deveria constar "monitoramento de redes sociais e produção de conteúdo digital"?

RESPOSTA: Seguir conforme o item 14.2.

Considerando que a Lei 12.232/10 traz uma série de exigências para a garantia do sigilo das propostas nas licitações de publicidade e propaganda, inclusive com previsão específica, no art. 11, §1º, de recepção dos envelopes, lacrados e sem identificação, apenas em "sessão de recebimento e abertura", podemos entender que o item 9.2, alínea "d", do Edital - que prevê a possibilidade de recebimento das propostas em "até 10 dias úteis antes da abertura e fim do recebimento até 02 dias úteis antes da abertura" - não será aplicável ao presente certame, de modo que todas as propostas devem ser apresentadas em sessão?

RESPOSTA: Observar o que diz o item 8.4

8.4 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Proposta Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 9.2. alínea D.

Ver itens 19.4.1 e 19.4.1.1 do Edital.

Questionamento

De acordo com o item 6 do Briefing (período de veiculação) a campanha terá duração de 15 dias, porém alguns veículos comercializam num período mínimo de 30 dias. Nestes casos, podemos seguir com a mídia sendo ela estrategicamente importante para a campanha?

RESPOSTA: Seguir conforme item 6.

No briefing, item 6 - período de veiculação cita: "A campanha terá duração de 15 dias, sendo veiculada em mídias tradicionais, digitais e mídias alternativas que podem ser sugeridas". Neste caso, o que se entende como mídia alternativa?

RESPOSTA: O conceito de mídia alternativa refere-se a meios de comunicação que operam fora dos moldes tradicionais e mainstream, como televisão, rádio e jornais. Eles são caracterizados por uma veiculação não convencional, um foco em jornais. Eles são caracterizados por uma veiculação não convencional, um foco em nichos específicos de público e uma abordagem mais criativa e participativa.

Questionamento

Venho respeitosamente por meio deste questionar a respeito do certame 01/2025 de publicidade:

Os cadernos poderão ter capa antes da primeira página e após a última? Sendo no caso do caderno não identificado uma capa de papel A4 branca solta, e no caso dos demais cadernos uma capa de papel A4 branca solta com a descrição do caderno e nome da licitante?

RESPOSTA: Observar o subitem 11.2.9 e 11.2.9.1.

Gostaria de solicitar esclarecimentos em relação ao edital de licitação N°01/2025 cujo objeto é a prestação de serviços de Publicidade Institucional, Utilidade Pública, Monitoramento de Redes Sociais e Comunicação Digital, por intermédio de 05 (cinco) agências...

1) Em relação ao item 11.2 pergunta-se: Fica a critério da licitante a posição da numeração na página (ex: margem inferior direita, margem inferior centralizada, etc)? Não notamos tal indicação na alínea 'g'.

RESPOSTA: SIM.

2) Em relação ao item 11.4 pergunta-se: A via identificada do Plano de Comunicação também deverá ser apresentada em folhas soltas, sem perfurações, sem grampos e não encadernadas?

RESPOSTA: SIM.

3) Em relação ao item 11.5 pergunta-se: A licitante poderá apresentar informação em pendrive junto a este documento, utilizando para tal o pendrive entregue pela Comissão destinado aos Relatos e Repertório?

RESPOSTA:

11.5. Capacidade de Atendimento

11.5.1. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em papel A4, gramatura 75 a 90 g/m2, com ou sem o uso de cores, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', em folhas soltas, sem grampos ou perfurações, numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no item 11.2.3 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.5.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

Seguir conforme o item 11.5.1

4) Em relação ao item 11.7 (Repertório), 11.9 (Relatos) e ao Anexo II, item 1.1.4 (Relatos) pergunta-se:

a) As peças/soluções apresentadas no Repertório devem ter sido implementadas/veiculadas em até qual prazo? No segundo parágrafo da página 10 do ETP há menção

de "num prazo de até 5 anos". Devemos considerar esse prazo? Caso sim, contados a partir de qual data específica?

RESPOSTA: 1) O ETP é um documento de planejamento e análise, cujo objetivo é subsidiar a viabilidade da licitação. As diretrizes efetivas e vinculantes para os prazos, requisitos e condições serão estabelecidas pelo Edital, que é o instrumento legal de licitação.

2) O prazo de veiculação está disposto no item 6 do briefing.

b) Deve ser apresentada ficha técnica para cada peça constante no Relato e no Repertório? Caso sim, tratando-se do Relato, essa ficha técnica não entra no cômputo das páginas, correto?

RESPOSTA: Seguir conforme o item 1.1.3 e seus subitens 1.1.3.21, 1.1.3.2, 1.1.3.3, 1.1.3.4 e 1.1.3.5.

5) Quais as medidas de cada um dos 4 invólucros padronizados que serão disponibilizados pela Comissão?

RESPOSTA: 36,3CM X 46,5CM.

6) Em relação ao Anexo II, item 1.1.1.3 Ideia Criativa pergunta-se: Nos storyboards animados e monstros podem ser inseridas imagens em movimento?

RESPOSTA: Sim.

7) Na página 9 do ETP temos que "Para que a licitante seja classificada no julgamento técnico e possa participar das próximas etapas do certame, será exigido como requisito a pontuação mínima de 70%...". Já no edital, no item 12.5 'b', temos que a pontuação mínima é de 80 pontos. Pergunta-se: qual o percentual correto?

RESPOSTA: O ETP é um documento de planejamento e análise, cujo objetivo é subsidiar a viabilidade da licitação. As diretrizes efetivas e vinculantes para os prazos, requisitos e condições serão estabelecidas pelo Edital, que é o instrumento legal de licitação.

1. Anteriormente houve o seguinte esclarecimento com a respectiva resposta:

“as licitantes deverão apresentar relação comentada das peças corporificadas e das não corporificadas?

Resposta: Sim.

Caso positivo essa relação integrará o limite de páginas?

Resposta: Sim”

Gostaria de saber se o limite de paginas referido é o de 12 páginas do item 11.2.5, sendo então Ideia criativa + Estratégia de comunicação + relação das peças corporificadas e não corporificadas estão limitadas a 12 páginas. Resta correto o entendimento acima?

RESPOSTA: Seguir conforme o item 11.2.6.

Prezados Senhores,

Em resposta a nossa pergunta anterior sobre acesso à logomarca do Governo do Estado da Bahia em alta resolução, V.Sas. indicaram que a logomarca do Governo do Estado da Bahia, assim como demais referências visuais, está disponível para acesso nos canais indicados no item 8 do briefing.

Acessamos o site oficial do Governo do Estado (www.ba.gov.br), mencionado no item 8, e não encontramos a referida logomarca em alta resolução, nem o seu manual de sua utilização.

Como é essencial que todas as agências tenham acesso a mesma informação para manutenção do princípio de isonomia, vimos solicitar novamente um direcionamento mais preciso para o acesso à logomarca e ao manual de utilização.

RESPOSTA:

Conforme indicado no item 8 do briefing, a logomarca do Governo do Estado da Bahia e demais referências visuais estão disponíveis para acesso nos canais oficiais mencionados. O caminho para acessar é o seguinte:

- 1- Acesse o site oficial do Governo do Estado da Bahia:**
<https://www.ba.gov.br/>
- 2- No menu superior, clique em "GOVERNO" > "ORGÃOS DO GOVERNO"**
- 3- Selecione "Secretaria de Comunicação Social - SECOM"**
- 4- Clique em "PUBLICIDADE" > "MARCAS E MANUAIS"**

Ou, se preferir, acesse diretamente através do link:
<https://www.ba.gov.br/comunicacao/marcas-e-manuais>.

Todas as informações necessárias para a correta execução dos serviços publicitários estão disponíveis nesse endereço, garantindo o acesso isonômico entre todas as licitantes.

1. No caderno de Relatos, podemos usar peças de 01/01/2020 até os dias atuais?

Resposta: Sim, o caderno de relatos diz respeito a ELABORAÇÃO DE PROPOSTA TÉCNICA prevista no item 1.1.4 do ANEXO II do Edital (CRITÉRIOS DE ELABORAÇÃO E JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA), nele consta de forma clara:

1. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

1.1 A Proposta Técnica a ser julgada será constituída de quatro quesitos, entregues nos envelopes denominados Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e Invólucro nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação). Descrição dos quesitos:

1.1.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: deverão ser apresentados até dois cases, sendo um de campanha veiculada apenas no digital, relatando, em no máximo duas páginas cada, soluções de problemas de comunicação, planejados e propostos pela Licitante e implementados por seus clientes.

1.1.4.1 Os relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela CONTRATANTE.

1.1.4.2 É permitida a inclusão de até cinco peças, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, sendo que os vídeos, os spots e/ou jingles, as peças de Internet, devem ser fornecidos em pendrive, as peças gráficas podem ser impressas em papel A3 dobrado em formato A4, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura, o tamanho original deve ser indicado.

1.1.4.3 Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista na alínea 'd' do subitem 2.3.1.

1.1.4.4 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela Licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

Grifos nossos.

Portanto, apresentando-se os cases com documentação comprobatória de sua validade pela empresa, não há o que se observar quanto a datas ou limites de prazo de produção e veiculação das campanhas apresentadas nos relatos, conforme itens acima transcritos.

Atente-se, por oportuno, que no Briefing – referente a campanha a ser apresentada em resposta às questões formuladas - consta em seu item 6 que "A campanha terá duração de 15 dias, sendo veiculada em mídias tradicionais, digitais e mídias alternativas que podem ser sugeridas", assim cada Agência deverá definir o período de veiculação que melhor se adequa à estratégia de mídia.

2. No caderno de repertório podemos usar peças de 01/01/2020 até os dias atuais?

Resposta: Sim, o caderno de repertório diz respeito a ELABORAÇÃO DE PROPOSTA TÉCNICA prevista no item 1.1.3 do ANEXO II do Edital (CRITÉRIOS DE ELABORAÇÃO E JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA), nele consta de forma clara:

1. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

1.1 A Proposta Técnica a ser julgada será constituída de quatro quesitos, entregues nos envelopes denominados Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e Invólucro nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação). Descrição dos quesitos:

1.1.3 Repertório: apresentação, sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/expostos pela licitante.

1.1.3.1 Poderão ser apresentadas até dez peças, sendo duas de mídias digitais e oito peças independente do meio de divulgação (exceto digitais), do tipo ou característica da peça, todas veiculadas ou expostas.

1.1.3.2 Para cada peça, deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver e a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação/exposição e menção de pelo menos um veículo/espço que a divulgou/expôs.

1.1.3.3 Os vídeos, os spots e/ou jingles, as peças de Internet, deverão ser apresentados em pendrive que serão fornecidos pela Comissão Especial de Licitação; as peças gráficas podem ser impressas em papel A3 dobrado em formato A4, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura, o tamanho original deve ser indicado.

1.1.3.4 As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela CONTRATANTE.

Grifos nossos.

Portanto, apresentando-se as peças e respectivas fichas técnicas com documentação comprobatória de sua validade pela empresa, não há o que se observar quanto a datas ou limites de prazo de produção e veiculação das campanhas apresentadas no repertório, conforme itens acima transcritos.

Atente-se, por oportuno, que no Briefing – referente a campanha a ser apresentada em resposta às questões formuladas - consta em seu item 6 que "A campanha terá duração de 15 dias, sendo veiculada em mídias tradicionais, digitais e mídias alternativas que podem ser sugeridas", assim cada Agência deverá definir o período de veiculação que melhor se adequa à estratégia de mídia.

Considerando que o item 1.1.1.3.1, que trata da Ideia Criativa, afirma que "Os exemplos de peças: a) estão limitados a quinze peças independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça; e no item g) da mesma cláusula, lê-se "Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas '**fisicamente**', até o limite de que trata a alínea 'a'."

Considerando a **que Ideia Criativa diz respeito a toda a lista de peças que compõem a campanha; e que o termo "exemplos de peças" faz referência apenas às 15 peças corporificadas.**

Considerando a resposta dada pela D. Comissão ao Questionamento nº 14;

Levantamos uma contradição entre o estabelecido no Edital sob comento e a resposta àquele Questionamento 14 que precisa ser definitivamente esclarecida. Para tanto, questionamos:

a) Pode-se considerar que a campanha permite até 15 peças corporificadas (efetivamente produzidas para apresentação)?

Conforme o item 1.1.1.3.1, alínea "a" do ANEXO II do Edital, os exemplos de peças estão limitados a quinze, independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça. Assim, para fins de julgamento, o limite é de 15 peças, seja para peças fisicamente corporificadas ou não corporificadas (conceituais).

Além disso, o próprio subitem 1.1.1.3.1, alínea "g" do ANEXO II do Edital estabelece que "*para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas fisicamente, respeitar-se-á o limite de 15 peças*". Portanto, a interpretação correta é que o limite de 15 peças abrange tanto as corporificadas (físicas) quanto as não corporificadas (conceituais), considerando o total global de 15 (quinze) peças, não sendo permitida a divisão em categorias distintas (corporificada ou não corporificada) que ultrapassem essa quantidade.

Esse entendimento está alinhado com a resposta fornecida pela Comissão no Questionamento 14, em que se reforça a interpretação de que o limite é de 15 peças para a Ideia Criativa como um todo, independentemente do formato, bem como está previstos nos mencionados itens, de maneira clara:

1. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

1.1 *A Proposta Técnica a ser julgada será constituída de quatro quesitos, entregues nos envelopes denominados **Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada)** e **Invólucro nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação)**. Descrição dos quesitos:*

1.1.1 *Plano de Comunicação - a licitante apresentará Plano de Comunicação, elaborado com base no Briefing (Anexo IX deste Edital), o qual compreenderá os seguintes quesitos:*

1.1.1.3 **Ideia Criativa:** a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação.

1.1.1.3.1 Os exemplos de peças:

a) estão limitados a quinze, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça;

b) podem ser apresentados sob a forma de roteiro, leiaute e story-board impressos, para qualquer peça, e de "monstro", apenas para rádio e internet, storyboard animado ou animatic, para TV e cinema.

c) Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

d) Os storyboards animados ou animatics e os protótipos ou "monstros" devem ser fornecidos em pendrive, executável em computadores pessoais, acondicionados em envelopes, ressalvado que não serão avaliados apenas como referência da ideia a ser produzida.

e) Os protótipos ou "monstros" de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf.

f) Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, "monstro" internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica.

g) Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a', devem ser observadas as seguintes regras:

g1) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

g2) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;

g3) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

g4) um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

g5) um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

g6) um hotsite cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça.

h) Na apresentação de proposta de hotsite não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

Grifos nossos.

b) A ideia criativa como um todo (peças corporificadas e não-corporificadas) não tem nenhuma limitação de peças. Correto?

A limitação de 15 (quinze) peças está expressa no item 1.1.1.3.1, alínea "a" do ANEXO II do Edital (acima transcrito), abrangendo todas as peças que compõem a Ideia Criativa, independentemente de serem corporificadas (físicas) ou não corporificadas (conceituais).

A expressão "(...) independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça" deixa claro que não há distinção entre formatos físicos, digitais ou conceituais no âmbito desse limite. Portanto, mesmo que as peças não sejam apresentadas fisicamente, como em casos de roteiros, conceitos ou formatos digitais, elas ainda estão sujeitas ao limite de 15 (quinze) exemplares.

Essa interpretação é reforçada pela resposta ao Questionamento 14, que traz a análise do item 11.2.6 do Edital a seguir:

11.2.6. Os exemplos de peças da Ideia Criativa estão limitados a 15, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça. Os roteiros e a apresentação dos exemplos de peças da Ideia Criativa, não tem limite de páginas.

Grifos nossos.

Desta forma, não há contradição alguma. O referenciado limite de peças está expressamente indicado (15 peças), entretanto no bojo das respectivas peças da Ideia Criativa (roteiros e apresentação dos exemplos de peças) não há limite de páginas.

Prezados,

1-REFERENTE A TABELA DE PREÇO DOS VEÍCULOS

De acordo com o edital , o Item "1.1.1.4.3 – Na simulação de que trata a alínea b do item 1.1.1.4, os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos" , bem como no item - "1.1.1.4.7 Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 1.1.1.4.3 devem ser os vigentes na data de publicação do primeiro Aviso de Licitação."

PERGUNTA: Onde temos referenciados os critérios de tabela de preço para estratégia de mídia, é certo o entendimento de que serão aceitos os valores das tabelas válidas entre a data do primeiro aviso de licitação e o prazo final de entrega da primeira publicação?

O item 1.1.1.4.7 do ANEXO II do Edital determina que, caso o edital seja republicado e haja retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 1.1.1.4.3 devem ser os vigentes na data de publicação do primeiro Aviso de Licitação, conforme transcrevemos abaixo:

1.1.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a)apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas de mídia (on-line e off-line) e não mídia, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas e indicará o uso dos recursos de comunicação próprios da CONTRATANTE, para atingir os públicos prioritários da campanha.

b)simulação de plano de distribuição das peças propostas, acompanhada de tabelas, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas.

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. Deverá ser utilizado o modelo de planilha apresentado no Anexo VIII.

1.1.1.4.2 No caso de não mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.

1.1.1.4.3Na simulação de que trata a alínea b do item 1.1.1.4, os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos.

1.1.1.4.4 Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 1.1.1.3.1 deverão constar dessa simulação.

1.1.1.4.5 Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei Federal nº 4.680/1965.

1.1.1.4.6 Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de Fornecedores.

*1.1.1.4.7 **Caso o Edital venha a ser republicado**, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 1.1.1.4.3 devem ser os vigentes na data de publicação **do primeiro** Aviso de Licitação.*

Grifos nossos.

Portanto, na hipótese apresentada, os preços considerados seriam aqueles válidos desde o primeiro aviso, conforme estabelecido no Edital.

2- REFERENTE AOS EXEMPLOS DAS PEÇAS DA IDEIA CRIATIVA:

No Item 11.2.6 -Os exemplos de peças da Ideia Criativa estão limitados a 15, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça. Os roteiros e a apresentação dos exemplos de peças da Ideia Criativa, não tem limite de páginas.

PERGUNTA: A lista das peças comentadas da Ideia criativa está inclusa na apresentação dos exemplos de peça (sem limites de páginas) ou na apresentação do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária limitado a 12 páginas?

O item 11.2.6 do Edital refere-se a Ideia Criativa:

***11.2.6. Os exemplos de peças da Ideia Criativa** estão limitados a 15, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça. Os roteiros e a apresentação dos exemplos de peças da Ideia Criativa, não tem limite de páginas.*

Grifos nossos.

De acordo com o mencionado item os exemplos de peças da Ideia Criativa estão limitados a 15, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça (corporificadas ou não corporificadas). Os roteiros e a apresentação dos exemplos de peças da Ideia Criativa não possuem limite de páginas.

Já o Raciocínio Básico e a Estratégia de Comunicação Publicitária possuem um limite de 12 (doze) páginas para a exposição textual, conforme o item 11.2.5. do Edital:

***11.2.5. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária** estão limitados, no conjunto, a 12 (doze) páginas para Comunicação Publicitária, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas, eventualmente, apenas para separar os textos desses subquestos.*

Grifos nossos.

Prezados,
venho respeitosamente perante a essa comissão solicitar resposta ao questionamento a seguir:

1. Os itens 10.5 a 11.10.1 não deixam claro se os cadernos de Repertório, capacidade de atendimento e relatos de soluções de problemas de comunicação podem conter capa. Dessa forma questiono, tais cadernos podem possuir capa?

RESPOSTA: SIM.

2. Em caso positivo, pode ser capa dura?

RESPOSTA: NÃO.

3. Em caso negativo, para facilitar a identificação de cada um dos cadernos que irão no mesmo envelope, poderíamos usar uma pasta de papel cm bolso?

RESPOSTA: NÃO.

Conforme tem 11.5.1, 11.7.1 do edital.

11.5.1 - A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em papel A4, gramatura 75 a 90 g/m2, com ou sem o uso de cores, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', em folhas soltas, sem grampos ou perfurações, numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1. licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em papel A4, 75 a 90 g/m2, com ou sem o uso de cores, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', em folhas soltas, sem grampos ou perfurações, numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Ou seja, pode utilizar capa, porém com as especificações contidas nos itens mencionados acima.

Questionamento Perguntas e Respostas 1 a 26

A Comissão Especial de Licitação, em face dos questionamentos apresentados, resolveu ajustar alguns esclarecimentos anteriormente expostos, com o fim de cumprimento integral das disposições contidas no Edital, além do saneamento total das dúvidas expostas e reiteradas pelos licitantes.

Ressalte-se, por oportuno, que as respostas a seguir prevalecem sobre eventuais informações anteriormente divulgadas.

Questionamento 3

PERGUNTA 12: Para o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, qual data devemos considerar para a veiculação ou distribuição das peças?

Resposta:Não há limite de datas para a apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação.

PERGUNTA 15: Entendemos que a Ideia Criativa será composta apenas das 15 pranchas em formato A3, sem qualquer outro texto explicativo em folhas A4. Está correto nosso entendimento?

Resposta: Sim.

Questionamento 5

1) As peças e ou material do REPERTÓRIO devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de qual data?

Resposta:Não há limite de datas para a apresentação do Repertório.

2) Os RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO devem ter sido implementados a partir de qual data?

Resposta:Não há limite de datas para a apresentação dos Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação.

3) O item 11.2.6 determina que "Os exemplos de peças da Ideia Criativa estão limitados a 15, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça. Os roteiros e a apresentação dos exemplos de peças da Ideia Criativa, não têm limite de páginas".

Perguntamos:

- a) Essas pranchas A3 serão consideradas páginas avulsas? Devem ser numeradas?
- b) Ou devem ser consideradas como parte integrante do caderno do Plano de Comunicação Publicitária/Via Não Identificada e encaixadas e numeradas na sequência do texto? Neste caso, podem ser dobradas?

Resposta:

a) Sim, em páginas avulsas e numeradas.

b) As páginas não podem ser dobradas e devem ser numeradas a partir da última página da estratégia de mídia.

Questionamento 6

1) Além das 15 peças corporificadas, serão permitidas peças não corporificadas?

Resposta: Sim.

2) Qual o limite de páginas para a lista comentada de peças corporificadas e não corporificadas?

Resposta: A lista comentada está inserida no Plano de Comunicação e, portanto, incluída no limite de 12 páginas.

4) Essa lista comentada de peças corporificadas e não corporificadas deve estar incluída nas 12 páginas previstas para o Plano de Comunicação no subitem Ideia Criativa?

Resposta: Sim.

Questionamento 11

11.f) subitens 1.1.3.4 e 1.1.4.1 do Anexo II: nesses casos, as disposições se referem a trabalhos e ações solicitados/aprovados apenas pela SECOM, como contratante de agência de propaganda. Correto esse entendimento?

Resposta: Não. Nenhuma campanha de órgãos ou empresas do Estado da Bahia pode ser apresentada no Repertório e nos Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação.

1. No Esclarecimento 2 (pergunta 2):

"O item 1.1.1.4.4 do edital estabelece que 1.1.1.4.4 Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 1.1.1.3.1 deverão constar dessa simulação.

Ocorre que a alínea 'a' do subitem 1.1.1.3.1 não trata da relação comentada das peças da ideia criativa, assim perguntamos: as licitantes deverão apresentar relação comentada das peças corporificadas e das não corporificadas?"

foi confirmado que deverá ser apresentada uma "relação comentada" (citada no subitem 1.1.1.4.4 do Anexo II) e respondido que essa relação deverá integrar o limite de páginas. Ocorre que os subitens 11.2.5 a 11.2.7 do Edital não fazem nenhuma alusão à Ideia Criativa.

Desse modo, deve ser entendido que o limite de 12 (doze) páginas se refere ao Raciocínio Básico, à Estratégia de Comunicação Publicitária e à relação comentada das peças da Ideia Criativa?

Resposta: Sim.

1. Nas respostas referentes ao Esclarecimento 5 (perguntas 1 e 2):

"1) As peças e ou material do REPERTÓRIO devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de qual data?"

2) Os RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO devem ter sido implementados a partir de qual data?"

foi dito:

"De acordo com o briefing publicado, o período de veiculação deverá ser de 15 dias. Cada agência deverá definir o período de veiculação que melhor se adequa à estratégia de mídia."

Ocorre que a dúvida da licitante não se referiu às peças da campanha a ser apresentada em resposta a questões formuladas no Briefing.

A maioria dos editais fixam datas a partir das quais serão aceitas peças do repertório e soluções apresentadas nos cases. Tendo em vista que o Edital não fez essa previsão, não há como a CEL interpretar qual seria a data.

Desse modo, cabe à CEL corrigir as respostas para assentar, nos dois casos, que o Edital não fixou nenhuma data.

Resposta: Não há limite de datas para a apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação.

Questionamento 12

Como o edital solicita que os valores dos orçamentos de mídia sejam baseados em tabela de preços, solicita-se esclarecimento quanto à forma de apresentação dos custos no caso de contratação de influenciadores digitais e suas entregas contratadas, uma vez que esse tipo de serviço é normalmente negociado por meio de propostas comerciais personalizadas, e não com base em tabelas fixas de preço. Nesse caso, é permitido apresentar os valores conforme propostas comerciais formalizadas pelos influenciadores ou seus representantes no plano de mídia?

Resposta: Sim.

Questionamento 13

QUESTIONAMENTO 03 Necessário deixar assentado no Anexo II do Edital se será necessário apresentar fichas técnicas das peças permitidas pelo subitem 1.1.4.2 do Anexo II. Se sim, é preciso explicitar que os textos pertinentes a essas fichas não serão computados no limite de páginas referido no subitem 1.1.4 do Anexo II. Será realizado? Caso positivo, como tomaremos conhecimento?

Resposta: Não é necessário incluir ficha técnica nos Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação.

Questionamento 14

Considerando a previsão do item 11.2.6, que indica a limitação de 15 peças, sem restrição de formato, serão admitidas peças corporificadas ou não corporificadas, desde que observado o limite de 15 peças, correto?

Resposta: Esclarece-se que o limite de 15 peças refere-se exclusivamente às peças corporificadas, conforme previsto nas exigências do certame. Para as peças não corporificadas, não há limitação quanto à quantidade.

Em relação ao item 1.1.4 "Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação", considerando que não há limitação de exemplos de peças para cada case, questionamos:

- a) O limite de "duas páginas por relato", refere-se exclusivamente ao texto, não contemplando os exemplos de peças, correto?

Resposta: Sim.

- b) Pode ser apresentada qualquer quantidade de peças, inclusive em folhas separadas, sem limitação de número de folhas para os exemplos de peças, correto?

Resposta: Não. São permitidas até cinco peças para os Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação.

Considerando que item 1.1.3, que se refere ao repertório, não estabelece limite temporal, podemos considerar que as peças do repertório podem ter sido produzidas e veiculadas há qualquer tempo, correto?

Resposta: Não há limite de datas para a apresentação do Repertório.

Questionamento 18

No briefing, item 6 - período de veiculação cita: "A campanha terá duração de 15 dias, sendo veiculada em mídias tradicionais, digitais e mídias alternativas que podem ser sugeridas". Neste caso, o que se entende como mídia alternativa?

Resposta: Mídias que operam fora dos moldes tradicionais, como, por exemplo, outdoor social, empenas, envelopamentos de metrô, entre outras.

Questionamento 20

1) Em relação ao item 11.2 pergunta-se: Fica a critério da licitante a posição da numeração na página (ex: margem inferior direita, margem inferior centralizada, etc)? Não notamos tal indicação na alínea 'g'.

Resposta: A numeração deve ser centralizada na parte inferior da página.

4) Em relação ao item 11.7 (Repertório), 11.9 (Relatos) e ao Anexo II, item 1.1.4 (Relatos) pergunta-se:

a) As peças/soluções apresentadas no Repertório devem ter sido implementadas/veiculadas em até qual prazo? No segundo parágrafo da página 10 do ETP há menção de "num prazo de até 5 anos". Devemos considerar esse prazo? Caso sim, contados a partir de qual data específica?

Resposta:Não há limite de datas para a apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação.

b) Deve ser apresentada ficha técnica para cada peça constante no Relato e no Repertório? Caso sim, tratando-se do Relato, essa ficha técnica não entra no cômputo das páginas, correto?

Resposta: A ficha técnica é obrigatória apenas para as peças apresentadas no Repertório.

Questionamento 21

1. Anteriormente houve o seguinte esclarecimento com a respectiva resposta:

"as licitantes deverão apresentar relação comentada das peças corporificadas e das não corporificadas?

Resposta: Sim.

Caso positivo essa relação integrará o limite de páginas?

Resposta: Sim"

Gostaria de saber se o limite de paginas referido é o de 12 páginas do item 11.2.5, sendo então Ideia criativa + Estratégia de comunicação + relação das peças corporificadas e não corporificadas estão limitadas a 12 páginas. Resta correto o entendimento acima?

Resposta: Sim.

Questionamento 23

1. No caderno de Relatos, podemos usar peças de 01/01/2020 até os dias atuais?

Resposta:Não há limite de datas para a apresentação dos Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação.

2. No caderno de repertório podemos usar peças de 01/01/2020 até os dias atuais?

Resposta:Não há limite de datas para a apresentação do Repertório.

Questionamento 24

Considerando que o item 1.1.1.3.1, que trata da Ideia Criativa, afirma que "Os exemplos de peças: a) estão limitados a quinze peças independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça; e no item g) da mesma cláusula, lê-se "Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas '**fisicamente**', **até o limite de que trata a alínea 'a'.**"

Considerando a **que Ideia Criativa diz respeito a toda a lista de peças que compõem a campanha; e que o termo "exemplos de peças" faz referência apenas às 15 peças corporificadas.**

Considerando a resposta dada pela D. Comissão ao Questionamento nº 14;

Levantamos uma contradição entre o estabelecido no Edital sob comentário e a resposta àquele Questionamento 14 que precisa ser definitivamente esclarecida. Para tanto, questionamos:

a) Pode-se considerar que a campanha permite até 15 peças corporificadas (efetivamente produzidas para apresentação)?

Resposta: Sim.

b) A ideia criativa como um todo (peças corporificadas e não-corporificadas) não tem nenhuma limitação de peças. Correto?

Resposta: Esclarece-se que o limite de 15 peças refere-se exclusivamente às peças corporificadas, conforme previsto nas exigências do certame. Para as peças não corporificadas, não há limitação quanto à quantidade

Questionamento 25

2- REFERENTE AOS EXEMPLOS DAS PEÇAS DA IDEIA CRIATIVA:

No Item 11.2.6 -Os exemplos de peças da Ideia Criativa estão limitados a 15, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça. Os roteiros e a apresentação dos exemplos de peças da Ideia Criativa, não tem limite de páginas.

PERGUNTA: A lista das peças comentadas da Ideia criativa está inclusa na apresentação dos exemplos de peça (sem limites de páginas) ou na apresentação do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária limitado a 12 páginas?

Resposta:Na apresentação, o plano de comunicação deve estar limitado a 12 páginas.

- 1) Em resposta a pedidos de esclarecimentos, foi respondido, por essa Comissão Especial de Licitação, que as licitantes podem inserir nos storyboards animados (animatic) e monstros com imagens em movimento, vejamos:

“ 6) Em relação ao Anexo II, item 1.1.1.3 Ideia Criativa pergunta-se: Nos storyboards animados e monstros podem ser inseridas imagens em movimento?

RESPOSTA: Sim.”

Ocorre que na alínea “c”, do item 1.1.1.3.1, , abaixo transcrita (como na maioria dos editais, visando manter a isonomia entre as licitantes), estabelece expressamente que NÃO PODEM ser inseridas imagens em movimento, vejamos:

1.1.1.3 Ideia Criativa: a licitante apresentará campanha publicitária com exemplares de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação.

1.1.1.3.1 Os exemplos de peças:

- a) estão limitados a quinze peças;
- b) podem ser apresentados sob a forma de roteiro, letra e qualquer peça, e de “monstro”, apenas para rádio e cinema.
- c) **Na elaboração do animatic** poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. **Não podem ser inseridas imagens em movimento.** (Grifamos)

c) Na elaboração do *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

ESCLARECIMENTOS

Pergunta-se: Qual orientação deve ser seguida pelas licitantes?

Resposta: A orientação é seguir a alínea “c” do item 1.1.1.3.1 do ANEXO II do Edital.

Não podem ser inseridas imagens em movimento.

1.De acordo com o subitem 6.1 do Edital em epígrafe, apresentamos as manifestações abaixo com vistas a propiciar condições para as licitantes formularem suas propostas e clareza para o trabalho de julgamento da Subcomissão Técnica.

2.Afigura-se indispensável esclarecer as dúvidas que ainda persistem a despeito de terem sido feitas mais de uma pergunta e mais de uma resposta sobre a mesma questão. A falta de esclarecimento cabal só serve para suscitar a indesejável insegurança jurídica, que poderá levar à judicialização do certame nesta fase ou após a divulgação do julgamento das propostas.

Questão: apresentação de propostas antes da sessão de abertura do certame.

3.Houve três pedidos de esclarecimentos relacionados à entrega das propostas técnicas e de preços. E os esclarecimentos, em sintonia com o Edital, foram no sentido de que podem ser entregues (i) na sessão de abertura, em 02/06/2025, ou (ii) no prazo de dez a dois dias úteis antes daquela data, por meio de portador, diretamente à CEL.

3.1Ou seja, o Edital e os esclarecimentos são claros em afirmar como e quando poderão ser entregues as propostas pelas licitantes. Todavia, o Edital e as respostas da CEL não indicam quais são os procedimentos a serem adotados pela CEL no caso das propostas que venham a ser entregues no prazo de dez a dois dias úteis antes de 02/06/2025.

3.2Dito de outro modo, o subitem 1.1.1 do Edital prevê que a entrega das propostas na sessão pública será gravada em áudio e vídeo, mas é silente sobre os cuidados que serão tomados, pela CEL, no caso de entrega de propostas antes de 02/06/2025. Nos diversos dias úteis que antecedem essa data: (i) também haverá gravação em áudio e vídeo das entregas?; (ii) que cuidados serão adotados, pela CEL, para a preservação do sigilo das propostas, no exercício dos atos previstos nos subitens 22.2, 22.2.1, 22.2.1.1 e 22.2.2.1 do Edital?

3.3Em síntese, persiste a dúvida sobre os atos a cargo da CEL. É para isso que se busca esclarecimento definitivo. Não se trata, portanto, do que está disciplinado nos subitens 19.4.1 e 19.4.1.1 do Edital, como constou de duas respostas às licitantes.

Pedido: informar quais serão os procedimentos adotados quando do recebimento de propostas antes de 02/06/2025 ou, como alternativa, excluir a possibilidade de entrega antecipada.

RESPOSTA:

Pelo teor da pergunta percebe-se que a licitante entendeu com clareza o rito previsto no Edital para celebração da Primeira Sessão Pública, previsto no item 22.2 do Edital.

Os procedimentos adotados quando do recebimento de propostas antes de 02/06/2025 estão expressamente previstos nos itens 22.2, 22.2.1, 22.2.1.1 do Edital.

Atente-se, por oportuno, ao item 22.2.1.1 que assim determina: "***Na violação de qualquer uma das alíneas 'a', 'b' e 'c' previstas no item 22.2.1. a Comissão***

Especial de Licitação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante'.

Por conseguinte, na oportunidade da Primeira Sessão Pública, a Comissão de Licitação retomará o que está expressamente previstos nos itens 22.2, 22.2.1, 22.2.1.1 do Edital com relação as demais licitantes presentes.

Finalizada essa etapa, a sessão seguirá conforme item 22.2.2 do Edital em diante.

O mencionado rito previsto inclui no item 22.2.2.1.1 que ***"Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão Especial de Licitação"***.

O art. 17, §§, 2º e 5º da Lei Federal nº 14.133/2021 diz: *"O processo de licitação observará as seguintes fases, em sequência: (...) As licitações serão realizadas preferencialmente sob a forma eletrônica, **admitida a utilização da forma presencial**, desde que motivada, **devendo a sessão pública ser registrada em ata e gravada em áudio e vídeo** (...) Na hipótese excepcional de licitação sob a forma presencial a que refere o § 2º deste artigo, **a sessão pública de apresentação de propostas** deverá ser gravada em áudio e vídeo, e a gravação será juntada aos autos do processo licitatório depois de seu encerramento"*.

Por sua vez, o item 9.2, alínea "d" diz: *"Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos como segue: (...) D) Início do recebimento das propostas até 10 dias úteis antes da abertura e fim do recebimento até 02 dias úteis antes da abertura, no horário de 9:00h às 12:00h e das 14:00h às 17:00h, na Coordenação de Licitações da Secretaria de Comunicação Social, prédio sede da Governadoria, 1º andar, localizada na 3ª Avenida, nº 390, Plataforma IV, Centro Administrativo da Bahia – CAB, Salvador - BA"*.

O princípio da Vinculação ao Edital impede a criação, depois de iniciado o procedimento licitatório, de critérios diferenciados daqueles estabelecidos no ato convocatório. Por sua vez é incontestado que o Princípio da Competitividade é essencial à matéria, porquanto se num procedimento licitatório, por obra de conluios, inexistir competição entre concorrentes, falecerá a própria licitação, inexistindo o instituto. **Assim, o ato convocatório deverá estabelecer regras para o certame respeitando as exigências necessárias para assegurar a proposta mais vantajosa, sendo inválidas as que maculem o caráter competitivo da licitação.**

Ora, o Edital no seu item 9.2, alínea "d", registra com clareza, sem margem para quaisquer dúvidas que os invólucros com as propostas poderão ser recebidos a partir de até 10 dias úteis antes da sessão. **A disposição amplia o caráter competitivo do certame, por incluir licitantes que não podem se fazer presentes no dia da Sessão Pública.**

Ademais, o art. 17, §§, 2º e 5º da Lei Federal nº 14.133/2021 igualmente é claro, não deixando margens para quaisquer dúvidas: **a gravação será da Sessão Pública de apresentação das propostas.**

A Sessão Pública de apresentação de propostas ocorrerá no dia 02 de junho de 2025, às 09h30min, e assim será gravada (áudio e vídeo) conforme disciplina a lei, **com todos os invólucros entregues dos licitantes interessados**, desde que devidamente fechados, e sem identificação (condições de admissibilidade).

Questão: limite de páginas para o Plano de Comunicação Publicitária

4.O Edital é claro no sentido de que:

- a) os textos do Raciocínio Básico e da Estratégia de Comunicação Publicitária estão limitados, no conjunto a 12 (doze) páginas, de acordo com o subitem 11.2.5;
- b) inexistem limites de páginas para os roteiros e a apresentação dos exemplos de peças da Ideia Criativa e para os textos e tabelas da Estratégia de Mídia e Não Mídia, conforme subitens 11.2.6 e 11.2.7.

5.Todavia, o Edital é silente sobre a existência de limite de páginas para os textos da Ideia Criativa.

6.Por outro lado, o subitem 1.1.1.4.4 do Anexo II diz que todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 1.1.1.3.1 do Anexo II deverão constar da simulação de que trata a Estratégia de Mídia e Não Mídia (subitem 1.1.1.4.3 do Anexo II). A propósito, a alínea 'a' do subitem 1.1.1.3.1 do Anexo II não prevê nenhuma relação comentada.

7.Na sua tentativa de esclarecer a dúvida, a CEL:

- a) no Esclarecimento 2 (pergunta 2) confirmou que deverá ser apresentada uma relação comentada e afirmou que essa relação deverá integrar o limite de 12 (doze) páginas;
- b) no Esclarecimento 11 (pergunta 1) respondeu que as licitantes deveriam "Ver itens 11.2.5, 11.2.6 e 11.2.7 do Edital". Ocorre que os subitens 11.2.5 a 11.2.7 do Edital não fazem nenhuma alusão à Ideia Criativa, da qual faz parte a relação comentada;
- c) no Esclarecimento 21 (pergunta 1), sobre o que considerar no limite de 12 (doze) páginas, respondeu "Seguir conforme o item 11.2.6". Ocorre que o subitem 11.2.6 trata do limite de exemplos de peças da Ideia Criativa, não do limite de páginas.

Pedido: confirmar se está correto o entendimento de que o limite de 12 (doze) páginas abrange a apresentação (i) do Raciocínio Básico, (ii) da Estratégia de Comunicação Publicitária e (iii) da relação comentada da Ideia Criativa.

Questão: quantidade de peças que podem ser apresentadas na Ideia Criativa

RESPOSTA: O limite de 15 peças se aplica apenas as peças corporificadas. Não há limite para peças não corporificadas.

8.Diz o Edital, subitem 11.2.6, que os exemplos de peças da Ideia Criativa estão limitados a 15 (quinze).

9.Na resposta referente ao Esclarecimento 14, a CEL afirmou que podem ser apresentadas peças corporificadas ou não corporificadas desde que respeitado o limite de 15 (quinze) peças.

10.A pergunta da licitante serviu para trazer luz sobre o tratamento a respeito de peças corporificadas e não corporificadas, questão associada à da relação comentada, acima mencionada. De fato, o Edital não tratou desses dois temas importantes para a apresentação da Ideia Criativa.

11.Ocorre que a pergunta e a resposta à licitante sobre a natureza e a quantidade de peças chocaram-se, indevidamente, com algo que está subjacente ao processo licitatório da espécie: a quantidade das peças que uma campanha pode ter.

11.1Nas licitações da espécie (como ocorre na vida real, na execução contratual), todas as agência têm liberdade para propor a quantidade de peças que julgarem necessárias para oferecer resposta ao desafio/problema de comunicação, em harmonia com sua estratégia de comunicação.

11.2Ou seja, uma coisa é a quantidade de peças da campanha, decisão que cabe apenas à agência, sem interferência da contratante, no caso o Governo do Estado da Bahia/SECOM. Outra coisa é a quantidade de peças permitidas como exemplos dessa campanha, decisão que cabe à contratante e foi fixada no Edital em 15 (peças). Caberá à Subcomissão Técnica julgar se as peças corporificadas e as não corporificadas são adequadas para a solução do desafio/problema de comunicação em face da estratégia proposta pela licitante.

12.Essa questão pode ser elucidada com esclarecimento dessa Comissão sem, em tese, a necessidade de alterar o Edital.

Pedido: confirmar se está correto o entendimento de que as licitantes (i) podem apresentar uma relação comentada com a especificação das peças e suas funções táticas na campanha, (ii) dividida em exemplos de peças corporificadas (limitadas a 15) e não corporificadas (sem limitação de quantidade); (iii) todas necessariamente previstas nas simulações da Estratégia de Mídia e Não Mídia.

RESPOSTA: SIM.

Questão: Repertório: data a partir da qual devem ter sido veiculadas as peças

13.Licitantes perguntaram qual a data a partir da qual devem ter sido veiculadas, exibidas ou expostas as peças integrantes do quesito Repertório.

14.Essa Comissão respondeu mais de uma vez que esse questionamento se refere ao briefing e que, de acordo com o briefing publicado, o período de veiculação deverá ser de 15 dias. "Cada agencia deverá definir o período de veiculação que melhor se adéqua a estratégia de mídia".

15. Essa resposta está equivocada: o Repertório constitui quesito sem nenhuma conexão com o quesito Plano de Comunicação Publicitária. O briefing só repercute neste último, não no primeiro, que trata de trabalhos realizados pela licitante para seus clientes.

16. O Edital não fixou nenhuma data e, assim, só poderá fazê-lo se republicar o Edital.

Pedido: confirmar se está correto o entendimento de que o Edital não estabeleceu data a partir da qual devem ter sido veiculadas, exibidas ou expostas as peças do Repertório e que, assim, ficará à escolha da licitante, observadas as demais regras pertinentes.

RESPOSTA: Não há limite de datas para apresentação do repertório e dos Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação.

Questão: Repertório: fichas técnicas

17. As respostas a pedidos de esclarecimento de licitantes são insuficientes para elucidar dúvidas a respeito das fichas técnicas.

Pedido: confirmar se está correto o entendimento de que devem ser apresentadas fichas técnicas referentes a cada peça do Repertório.

RESPOSTA: Sim. Conforme disposto no item 1.1.3 do anexo II do edital, o repertório deve ser apresentado sob forma de peças e suas respectivas fichas técnicas, conforme a seguinte redação:

1.1.3 Repertório: apresentação, sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/expostos pela licitante. Grifos nossos.

Ainda, o subitem 1.1.3.2 reforça que para cada peça apresentada deve ser elaborada uma ficha técnica, contendo a indicação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver, bem como a identificação da licitante, o título, a data de produção, o período de veiculação/exposição e menção de pelo menos um veículo/espço que a divulgou/expôs.

1.1.3.2 Para cada peça, deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver e a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação/exposição e menção de pelo menos um veículo/espço que a divulgou/expôs.

Dessa forma, é correto o entendimento de que para cada peça do Repertório deve ser apresentada uma ficha técnica correspondente, conforme exigido pelo Edital.

Questão: Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: data a partir da qual devem ter sido implementados.

18. Licitantes perguntaram qual a data a partir da qual devem ter sido implementados os casos referentes aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

19. Essa Comissão respondeu mais de uma vez que esse questionamento se refere ao briefing e que, de acordo com o briefing publicado, o período de veiculação deverá ser de 15 dias. "Cada agência deverá definir o período de veiculação que melhor se adéqua a estratégia de mídia".

20. Essa resposta está equivocada: os Relatos constituem quesito sem nenhuma conexão com o quesito Plano de Comunicação Publicitária. O briefing só repercute neste último, não no primeiro, que trata de trabalhos realizados pela licitante para seus clientes.

21. O Edital não fixou nenhuma data e, assim, só poderá fazê-lo se republicar o Edital.

Pedido: confirmar se está correto o entendimento de que o Edital não estabeleceu data a partir da qual devem ter sido implementados os trabalhos referentes aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e que, assim, ficará à escolha da licitante, observadas as demais regras pertinentes.

RESPOSTA: SIM.

Questão: Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: peças e fichas técnicas

22. As respostas a pedidos de esclarecimento de licitantes são insuficientes para elucidar dúvidas a respeito das peças e das fichas técnicas.

Pedido: confirmar se está correto o entendimento de que as licitantes (i) podem apresentar até 3 (três) peças referentes a cada Relato, (ii) de que, se apresentadas as peças, para cada uma deverá ser apresentada ficha técnica e (iii) que as peças e as fichas técnicas não serão consideradas para o limite de páginas de cada Relato.

RESPOSTA: Não é necessário incluir ficha técnica nos relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

23. Considerando que o Edital prevê o fornecimento de pendrives para entrega em envelopes identificados e não identificados, e tendo em vista que, em certames anteriores, as mídias (CDs e DVDs) eram rubricadas ou assinadas diretamente na superfície pelos membros da Comissão e agências participantes, no momento da abertura dos envelopes não identificados, requer-se esclarecimento acerca do procedimento de validação dos novos dispositivos:

Indaga-se se será adotado o uso de etiqueta de lacre inviolável a ser afixada em cada pendrive e rubricada pelos presentes, de modo a atestar formalmente a integridade e a ciência de seu conteúdo.

RESPOSTA:

Em certames anteriores promovidos pela SECOM, os CDs e DVDs eram rubricados nas respectivas capas.

No certame atual, serão utilizados *pendrives*, da mesma forma, os *pendrives* deverão estar acondicionados nos envelopes brancos, também fornecidos pela Comissão Especial de Licitação. Portanto, os envelopes deverão estar fechados e serão rubricados pelos presentes na oportunidade da Primeira Sessão Pública, conforme item 22.2 e seguintes do Edital.

A mesma orientação dos invólucros será exigível para os envelopes brancos dos *pendrives*. Fechar os envelopes com cola ao longo da aba interna.

Solicitamos a gentileza de esclarecimentos sobre itens do Edital em referência.

Pergunta 1: Retiramos o terceiro pen-drive e seu envelope correspondente. Entendemos que agora com três pen-drives, um deverá ter peças da campanha apresentada, outro peças do Repertório e o terceiro peças dos Relatos. Está correto esse nosso entendimento?

RESPOSTA: Cada conjunto (repertório, relatos e ideia criativa) deverá obrigatoriamente ser acondicionado em *pendrive* separado, respeitando avinculação aos respectivos invólucros.

Pergunta 2: Para evitar que os pen-drives caiam de seus envelopinhos brancos dentro do invólucro maior, podemos fechar os envelopinhos com cola?

RESPOSTA: SIM.

Em certames anteriores promovidos pela SECOM, os CDs e DVDs eram rubricados nas respectivas capas.

No certame atual, serão utilizados *pendrives*, da mesma forma, os *pendrives* deverão estar acondicionados nos envelopes brancos, também fornecidos pela Comissão Especial de Licitação. Portanto, os envelopes deverão estar fechados e serão rubricados pelos presentes na oportunidade da Primeira Sessão Pública, conforme item 22.2 e seguintes do Edital.

A mesma orientação dos invólucros será exigível para os envelopes brancos dos *pendrives*. Fechar os envelopes com cola ao longo da aba interna.

Pergunta 3: O Invólucro 3, com a identificação da agência na etiqueta externa, deverá conter as folhas soltas com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos. Para evitar que essas folhas possam sair de ordem ou serem extraviadas, poderemos colocá-las dentro de três envelopes habitualmente utilizados pelas agências e aí dentro do Invólucro 3?

RESPOSTA: Não, conforme itens 11.5.1, 11.7.1 e 11.9.1 do Edital.

11.5.1 - A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a **Capacidade de Atendimento** em papel A4, gramatura 75 a 90 g/m², com ou sem o uso de cores, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', em folhas soltas, sem grampos ou perfurações, **numeradas sequencialmente**, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o **Repertório** em papel A4, 75 a 90 g/m², com ou sem o uso de cores, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', em folhas soltas, sem grampos ou perfurações, **numeradas sequencialmente**, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1.A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e materiais que constituem os **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação** em papel A4, 75 a 90g/m2, com ou sem o uso de cores, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', em folhas soltas, sem grampos ou perfurações, **numeradas sequencialmente**, a partir da **primeira** página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

As folhas são numeradas.Podem ter capa seguindo as condições dos itens mencionados acima.

Gostaria de solicitar esclarecimentos em relação ao edital de licitação N°01/2025 cujo objeto é a prestação de serviços de Publicidade Institucional, Utilidade Pública, Monitoramento de Redes Sociais e Comunicação Digital, por intermédio de 05 (cinco) agências...

Pergunta:

É obrigatório que os fornecedores de mídia escolhidos pela licitante para o exercício a ser apresentado no plano de mídia estejam previamente cadastrados no SIREF? A ausência de cadastro no SIREF é motivo de desclassificação ou inabilitação?

RESPOSTA: NÃO.A ausência de cadastro no SIREF não gera desclassificação.

O Credenciamento ao SIREF permite que agências de publicidade se tornem aptas a fornecerem bens ou serviços de produções publicitárias ao Governo Federal.

Solicitamos a gentileza de esclarecimentos sobre item do Edital em referência.

Considerando o conteúdo da resposta n. 24, divulgada por esta Comissão, no sentido de que *“A limitação de 15 (quinze) peças está expressa no item 1.1.1.3.1, alínea “a” do ANEXO II do Edital, abrangendo todas as peças que compõem a Ideia Criativa, independentemente de serem corporificadas (físicas) ou não corporificadas (conceituais)”*.

Estamos entendendo que a licitante que propuser mais de 15 (quinze) peças em sua ideia criativa será desclassificada, pois, do contrário, auferiria vantagem competitiva em relação às demais. Está correto o nosso entendimento?

RESPOSTA: O limite de 15 peças se aplica apenas às peças corporificadas. Não há limite para peças não corporificadas.

Gentileza informar link do portal onde podemos encontrar as publicações referente à respectiva Licitação, juntamente com as respostas das possíveis dúvidas levantadas pelas demais licitantes.

Resposta:

Todas as informações estão no sítio www.comprasnet.ba.gov.br (Comprasnet.BA)

Acesse a aba **Licitação>Editais**. No campo **Secretaria**, selecione: **Secretaria de Comunicação Social**, e abaixo clique no link **“Pesquisar”**. Logo após clique no link **“CP-001/2025”** onde constarão todas as informações.

Para visualizar o Estudo Técnico Preliminar – ETP, o Termo de Referência – TR, bem como todas as perguntas e respostas referentes ao certame (Questionamentos) clique no link **“Consultar Anexos”**

No item 1.1.1.3, B, é estabelecido que podem ser apresentados sob forma de roteiro, layout e story-board impressos, para qualquer peça, e de "monstro", apenas para rádio e internet....

Pergunto: Os monstros das peças de internet podem ter movimentos?

Resposta: Sim. Conforme a alínea “c” do item 1.1.1.3.1 do Anexo II do Edital, não é permitido inserir imagens em movimento nos *animatics*, sendo autorizados apenas fotos e imagens estáticas, trilha, voz e locução.

Já a alínea “b” permite a apresentação de peças no formato de monstro, especificamente para rádio, TV e internet por sua natureza, podem incluir imagens em movimento. Portanto, a restrição se aplica exclusivamente aos *animatics*.

Solicitamos a gentileza de esclarecimentos sobre item do Edital em referência.

Considerando o conteúdo da resposta n. 24, divulgada por esta Comissão, no sentido de que "A limitação de 15 (quinze) peças está expressa no item 1.1.1.3.1, alínea "a" do ANEXO II do Edital, abrangendo todas as peças que compõem a Ideia Criativa, independentemente de serem corporificadas (físicas) ou não corporificadas (conceituais)".

Estamos entendendo que a licitante que propuser mais de 15 (quinze) peças em sua ideia criativa será desclassificada, pois, do contrário, auferiria vantagem competitiva em relação às demais. Está correto o nosso entendimento?

Resposta: Não. O limite de 15 (quinze) peças se aplica apenas às peças corporificadas. Não há limite para peças não corporificadas.

Conforme consta no arquivo

"36004CP0012025Questionamento&ARQ30.pdf":

"Questionamento Perguntas e Respostas 1 a 26

A Comissão Especial de Licitação, em face dos questionamentos apresentados, resolveu ajustar alguns esclarecimentos anteriormente expostos, com o fim de cumprimento integral das disposições contidas no Edital, além do saneamento total das dúvidas expostas e reiteradas pelos licitantes.

Ressalte-se, por oportuno, que as respostas a seguir prevalecem sobre eventuais informações anteriormente divulgadas".

Todas as informações estão no sítio **www.comprasnet.ba.gov.br** (Comprasnet.BA)

Acesse a aba **Licitação>Editais**. No campo **Secretaria**, selecione: **Secretaria de Comunicação Social**, e abaixo clique no link **"Pesquisar"**. Logo após clique no link **"CP-001/2025"** onde constarão todas as informações.

Para visualizar o Estudo Técnico Preliminar – ETP, o Termo de Referência – TR, bem como todas as perguntas e respostas referentes ao certame (Questionamentos) clique no link **"Consultar Anexos"**.

Em atenção ao disposto no item 1.1.1.3.1 do Anexo II do Edital, e considerando o esclarecimento prestado pela Comissão no Questionamento nº 14 e nº 24, vimos, respeitosamente, solicitar a reconsideração quanto à limitação da apresentação de apenas 15 peças na Ideia Criativa, abrangendo tanto peças corporificadas quanto não corporificadas.

É sabido que campanhas dessa escala, como a do exercício, exigem diversidade de formatos e canais, contemplando não só as "peças-mãe", mas também uma série de variações técnicas e adaptações de formatos, essenciais para sua efetividade.

A própria cláusula g1) do edital reconhece que reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças, o que, por si só, evidencia a necessidade de desdobramentos.

Em veículos de mídia, por exemplo, é comum a contratação de formatos diversos (vertical, horizontal, etc.) dada a particularidade de cada ponto. O que exige adequações técnicas sem necessariamente alteração de layout ou conteúdo criativo – mas que, sob a atual interpretação, consumiriam o limite total de peças permitidas (15 peças).

Em licitações anteriores de escopo semelhante, tem sido usual e funcional a distinção entre:

Peças corporificadas (exemplificadas fisicamente ou digitalmente, para fins de avaliação criativa); e

Peças não corporificadas (lista das demais peças)

Dessa forma, solicitamos que seja permitida a apresentação, além das 15 peças corporificadas, de um hall de peças não corporificadas. Acreditamos que essa medida traria maior aderência entre o planejado pelas licitantes e a exequibilidade de suas propostas.

Resposta: Esclarece-se que o limite de 15 (quinze) peças se refere exclusivamente às peças corporificadas, conforme previsto nas exigências do certame. **Para as peças não corporificadas, não há limitação quanto à quantidade.**

Conforme consta no arquivo "[36004CP0012025Questionamento&ARQ30.pdf](#)":

"Questionamento Perguntas e Respostas 1 a 26

A Comissão Especial de Licitação, em face dos questionamentos apresentados, resolveu ajustar alguns esclarecimentos anteriormente expostos, com o fim de cumprimento integral das disposições contidas no Edital, além do saneamento total das dúvidas expostas e reiteradas pelos licitantes.

Ressalte-se, por oportuno, que as respostas a seguir prevalecem sobre eventuais informações anteriormente divulgadas".

Todas as informações estão no sítio www.comprasnet.ba.gov.br (Comprasnet.BA)

Acesse a aba **Licitação>Editais**. No campo **Secretaria**, selecione: **Secretaria de Comunicação Social**, e abaixo clique no link "**Pesquisar**". Logo após clique no link "**CP-001/2025**" onde constarão todas as informações.

Para visualizar o Estudo Técnico Preliminar – ETP, o Termo de Referência – TR, bem como todas as perguntas e respostas referentes ao certame (Questionamentos) clique no link "**Consultar Anexos**".

Senhores membros da Comissão,

Com fundamento nos princípios da publicidade, da isonomia e da legalidade que regem os processos licitatórios, vimos, respeitosamente, solicitar esclarecimentos quanto ao procedimento de entrega antecipada de propostas previsto na alínea "d" do item 9.2 do Edital.

Nos termos da referida alínea, admite-se a entrega dos invólucros por portador, com prazo iniciado até 10 (dez) dias úteis antes da abertura e encerramento até 2 (dois) dias úteis antes da mesma data. Considerando que a sessão de abertura está marcada para o dia 02/06/2025, conforme alínea "a" do mesmo item, **o intervalo para entrega antecipada já se encontra em curso.**

Contudo, o Edital não explicita os procedimentos de controle, registro e transparência vinculados a essa entrega antecipada, especialmente no que diz respeito à exigência de que todos os atos do certame sejam realizados em sessão pública, com gravação em áudio e vídeo, conforme determina a legislação. Soma-se a isso o fato de que o Invólucro I deve ser apresentado de forma não identificada, o que torna fundamental garantir que o momento da entrega também não comprometa o anonimato dos proponentes.

A entrega antecipada, em separado, estará identificando o Invólucro e seu entregador, em desacordo com a possibilidade prevista no item 9.2, "d" do Edital.

Diante disso, solicitamos que esta Comissão informe, de forma clara e objetiva:

1. Quais medidas efetivas estão sendo adotadas para assegurar a **isonomia entre os licitantes** durante o período de recebimento antecipado dos invólucros;
2. Se haverá, de fato, **registro audiovisual** dessas entregas, conforme exigido pela Lei nº 14.133/2021;
3. Se há previsão de divulgação pública das datas e horários das entregas recebidas por portador, de modo a garantir a plena transparência do processo.

Por fim, com base no item 6.1.1 do Edital, que estabelece o prazo de **até três dias úteis** para resposta aos pedidos de esclarecimento, reiteramos a importância de manifestação célere sobre o presente questionamento, a fim de assegurar a igualdade de condições entre os participantes e evitar prejuízos ao planejamento das propostas técnicas. Confiamos na diligência e no compromisso desta Comissão com os princípios que norteiam a licitação pública.

RESPOSTA:

Pelo teor da pergunta percebe-se que a licitante entendeu com clareza o rito previsto no Edital para celebração da Primeira Sessão Pública, previsto no seu **item 22.2.**

Os procedimentos adotados quando do recebimento de propostas antes de 02/06/2025 estão expressamente previstos nos **itens 22.2, 22.2.1, 22.2.1.1 do Edital.**

Atente-se, por oportuno, ao item 22.2.1.1 que assim determina: "***Na violação de qualquer uma das alíneas 'a', 'b' e 'c' previstas no item 22.2.1. a Comissão***

Especial de Licitação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante".

Por conseguinte, **na oportunidade da Primeira Sessão Pública, a Comissão de Licitação retomará o que está expressamente previstos nos itens 22.2, 22.2.1, 22.2.1.1 do Edital com relação aos demais licitantes presentes.**

Finalizada essa etapa, a sessão seguirá conforme item 22.2.2 do Edital em diante.

O mencionado rito previsto inclui no item 22.2.2.1.1 que ***"Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão Especial de Licitação".***

O art. 17, §§, 2º e 5º da Lei Federal nº 14.133/2021 diz: *"O processo de licitação observará as seguintes fases, em sequência: (...) As licitações serão realizadas preferencialmente sob a forma eletrônica, admitida a utilização da forma presencial, desde que motivada, devendo a sessão pública ser registrada em ata e gravada em áudio e vídeo (...) Na hipótese excepcional de licitação sob a forma presencial a que refere o § 2º deste artigo, a sessão pública de apresentação de propostas deverá ser gravada em áudio e vídeo, e a gravação será juntada aos autos do processo licitatório depois de seu encerramento".*

Por sua vez, o item 9.2, alínea "d" diz: *"Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos como segue: (...) D) Início do recebimento das propostas até 10 dias úteis antes da abertura e fim do recebimento até 02 dias úteis antes da abertura, no horário de 9:00h às 12:00h e das 14:00h às 17:00h, na Coordenação de Licitações da Secretaria de Comunicação Social, prédio sede da Governadoria, 1º andar, localizada na 3ª Avenida, nº 390, Plataforma IV, Centro Administrativo da Bahia – CAB, Salvador - BA".*

O princípio da Vinculação ao Edital impede a criação, depois de iniciado o procedimento licitatório, de critérios diferenciados daqueles estabelecidos no ato convocatório. Por sua vez é incontestável que o Princípio da Competitividade é essencial à matéria, porquanto se num procedimento licitatório, por obra de conluio, inexistir competição entre concorrentes, falecerá a própria licitação, inexistindo o instituto. **Assim, o ato convocatório deverá estabelecer regras para o certame respeitando as exigências necessárias para assegurar a proposta mais vantajosa, sendo inválidas as que maculem o caráter competitivo da licitação.**

Ora, o Edital no seu item 9.2, alínea "d", registra com clareza, sem margem para quaisquer dúvidas que os invólucros com as propostas poderão ser recebidos a partir de até 10 dias úteis antes da sessão. **A disposição amplia o caráter competitivo do certame, por incluir licitantes que não podem se fazer presentes no dia da Sessão Pública.**

Ademais, o art. 17, §§, 2º e 5º da Lei Federal nº 14.133/2021 igualmente é claro, não deixando margens para quaisquer dúvidas: **a gravação será da Sessão Pública de apresentação das propostas.**

A Sessão Pública de apresentação de propostas ocorrerá no dia 02 de junho de 2025, às 09h30min, e assim será gravada (áudio e vídeo) conforme disciplina a lei, **com todos os invólucros entregues dos licitantes interessados**, desde que devidamente fechados, e sem identificação (condições de admissibilidade).

Questionamentos: 1.

Consta no item 17.2.3 - alínea a do edital "Registro ou Inscrição válida da empresa na entidade profissional". Entendemos como entidade profissional o SINAPRO da base territorial de cada licitante. Entretanto, em alguns estados, como no Amazonas, o sindicato não existe, não está ativo e nem possui representação. Diante disso, gostaríamos de saber se, para as licitantes que tenham base territorial de sua matriz aonde o SINAPRO não está ativo, esta comissão aceitará uma declaração emitida pela FENAPRO – Federação Nacional das Agências de Propaganda para suprir a exigência do item 17.2.3 - alínea "a" do edital?

RESPOSTA: As exigências constantes no item 17.2.3 do Edital dizem respeito a **qualificação técnica**. Os serviços de publicidade somente podem ser prestados à Administração Pública por meio de uma agência que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento. A Agência certificada deve observância às normas da **Lei Federal nº 4.680/1965**, mas também ao disposto nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

A documentação a apresentar na alínea "a" do referido item do Edital é o **certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP)**. Esse certificado comprova que a agência atende aos requisitos técnicos e legais para exercer a atividade.

Conforme o item 1.1.1.3.1, exemplos de peças, letra B:

b) podem ser apresentados sob a forma de roteiro, leiaute e story – board impressos para qualquer peça, e de “monstro”, apenas para rádio e internet, story – board animado e animatic, para Tv e cinema.

PERGUNTA 1: Filmes exclusivamente para internet pode ser apresentado em Animatics sem movimento?

RESPOSTA: SIM.

PERGUNTA 2: Qual o entendimento do que é MONSTRO e ANIMATIC ?

Resposta: *Animatic* é uma peça feita a partir de ilustrações ou frames estáticos ou em movimento, utilizado especialmente para vídeo. Já o monstro pode ser feito, por exemplo, para o meio rádio, como *spot* ou *jingle*, assim como um filme de pré-aprovação também pode ser chamado de monstro.

Em relação à numeração das páginas no item **Capacidade de Atendimento**, solicitamos esclarecimento sobre a forma correta de proceder. Especificamente, perguntamos:

a) A numeração das páginas deve ser sequencial e contínua, considerando os subitens **1.1.2 Capacidade de Atendimento**, **1.1.3 Repertório** e **1.1.4 Relatos** como seções de um mesmo documento?

ou

b) A numeração deve ser reiniciada em cada subitem, considerando os três tópicos como **cadernos distintos**, cada um começando pela página 1?

RESPOSTA: Sim. Itens 11.5, 11.7 e 11.9 do Edital.

11.5. Capacidade de Atendimento

11.5.1. "(...) em folhas soltas, sem grampos ou perfurações, numeradas sequencialmente (...)".

11.7. Repertório

11.7.1. "(...)em folhas soltas, sem grampos ou perfurações, numeradas sequencialmente(...)".

11.9. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

11.9.1. "(...)em folhas soltas, sem grampos ou perfurações, numeradas sequencialmente(...)".

Em relação ao item "Apresentação da Proposta Técnica", temos no item 11.2 "b" orientações sobre o espaçamento da margem esquerda e a direita; mas não sobre a margem superior e a inferior. Pergunta-se: fica a critério de cada licitante definir o espaçamento da margem superior e inferior?

Resposta: Sim. O edital especifica o espaçamento apenas para as margens esquerda (3 cm) e direita (2 cm), bem como o espaçamento simples entre linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e parágrafos, para o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

Conforme o subitem 11.2 do edital, seguem as orientações:

Quesito 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) Em papel A4, branco, fosco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato, com impressão em apenas um lado;**
- b) Com espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir da borda;**
- c) Sem recuos nos títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes;**
- d) Com textos justificados;**
- e) Com espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entre títulos e entre parágrafos;**
- f) Com texto e numeração de páginas em fonte 'Arial', cor 'automático', tamanho '12' pontos';**
- g) Com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página, em algarismos arábicos;**
- h) Em folhas soltas, sem perfurações, sem grampos e não encadernadas.**
- i) Sem identificação da licitante.**

Não há orientação quanto às margens superior e inferior, o que permite concluir que esses espaçamentos ficam a critério da licitante, desde que não comprometam a apresentação da proposta nem contrariem outras exigências formais do edital.

Solicitamos os esclarecimentos:

Em resposta a pergunta 2 do ARQ25, Perguntas e Respostas nº 23, que trata do quesito **REPERTÓRIO**, a Comissão Especial de Licitação respondeu que:

Portanto, apresentando-se as peças e respectivas **fichas técnicas com documentação comprobatória de sua validade pela empresa**, não há o que se observar quanto a datas ou limites de prazo de produção e veiculação das campanhas apresentadas no repertório, conforme itens acima transcritos. (grifos nossos)

RESPOSTA: Considerar Questionamento Perguntas e respostas de 1 a 26;

Questionamento 23

1. No caderno de Relatos, podemos usar peças de 01/01/2020 até os dias atuais?

Resposta: Não há limite de datas para a apresentação dos Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação.

2. No caderno de repertório podemos usar peças de 01/01/2020 até os dias atuais?

Resposta: Não há limite de datas para a apresentação do Repertório.

Ocorre que a resposta excede as exigências editalícias, posto que inexistente no edital, qualquer exigência quanto a apresentação de **documentação comprobatória de validade para as peças e/ou fichas técnicas do REPERTÓRIO**, sendo exigido a validação, como nos demais editais de publicidade, apenas no quesito RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO.

Assim perguntamos:

1) As licitantes devem seguir o edital e apresentar o quesito REPERTÓRIO, apenas com as determinações constantes no edital de licitação?

Resposta: Sim. As licitantes devem seguir conforme o disposto no item 1.1.3 do Anexo II do edital, que trata do quesito REPERTÓRIO:

1.1.3 Repertório: apresentação, sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/expostos pela licitante.

1.1.3.1 Poderão ser apresentadas até dez peças, sendo duas de mídias digitais e oito peças independente do meio de divulgação (exceto digitais), do tipo ou característica da peça, todas veiculadas ou expostas.

1.1.3.2 Para cada peça, deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver e a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação/exposição e menção de pelo menos um veículo/espço que a divulgou/expôs.

1.1.3.3 Os vídeos, os spots e/ou jingles, as peças de Internet, deverão ser apresentados em pendrive que serão fornecidos pela Comissão Especial de Licitação; as peças gráficas podem ser impressas em papel A3 dobrado em formato A4, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura, o tamanho original deve ser indicado.

1.1.3.4 As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela CONTRATANTE.

1.1.3.5 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 1.1.3.1, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na alínea 'c' do subitem 2.3.1.

2) Caso negativo, uma vez que a nova exigência altera a formulação das propostas, o prazo será reaberto, em atenção ao artigo 55 da Lei 14.133/2021?

Resposta: Não se trata de uma nova exigência. As licitantes devem seguir o que está disposto no item 1.1.3 do Anexo II do edital. Portanto, não há alteração nas regras do certame que justifique reabertura de prazo nos termos do art. 55 da Lei 14.133/2021.

3) Caso negativo, a comprovação pode ser feita através de AV assinada pelo cliente ou Nota fiscal com PI da agência ou, ainda com Declaração do cliente?

Resposta: Não. AV assinada pelo cliente, nota fiscal com PI da agência ou declaração do cliente não têm relação com a ficha técnica exigida no quesito REPERTÓRIO. Conforme disposto no item 1.1.3.2 do Anexo II do edital.

Prezados(as) Membros da Comissão Especial de Licitação,

A fim de sanar qualquer divergência de entendimento e garantir a uniformidade na interpretação das regras deste edital, solicito a devida elucidação sobre os pontos a seguir, que emergem da análise dos documentos citados:

1. Edital e o uso de Imagens em Movimento:

- No **Anexo II, item 1.1.1.3.1, alínea "c"** do edital, é expresso o veto ao uso de imagens em movimento na elaboração de **ANIMATIC**.
- Contudo, o edital é **silente** quanto ao uso de imagens em movimento na criação de **MONSTROS**.

2. Inconsistências nas Respostas a Questionamentos:

- No questionamento respondido no arquivo "**36004CP0012025PerguntaseRespostas_20.p&ARQ22**" (**Pergunta 6**), foi confirmada a **permissão** para o uso de imagens em movimento em "storyboards animados e monstros".
- Por outro lado, no questionamento feito no documento "**36004CP0012025PerguntaseRespostas_27.p&ARQ29**", a pergunta sobre **MONSTROS** foi utilizada para reiterar o entendimento sobre as restrições aplicáveis a **ANIMATIC**, gerando ambiguidade.

Deste modo, a sobreposição e aparente contradição entre as disposições do edital e as respostas fornecidas levam a uma incerteza conceitual significativa, tanto entre as licitantes quanto na comunicação entre as licitantes e esta comissão. Tal situação pode resultar em erros de execução e na desqualificação de propostas por interpretações equivocadas.

Para dirimir definitivamente tais dúvidas, solicitamos respostas objetivas e inequívocas às seguintes questões:

1. Esta Comissão considera "ANIMATIC" e "MONSTRO" como entregas com requisitos conceituais e técnicos distintos para fins deste edital? Favor justificar a distinção, se houver.

Resposta: *Animatic* é uma peça feita a partir de ilustrações ou frames estáticos ou em movimento, utilizado especialmente para vídeo. Já o monstro pode ser feito, por exemplo, para o meio rádio, como *spot* ou *jingle*, assim como um filme de pré-aprovação também pode ser chamado de monstro.

2. Considerando que o Anexo II, item 1.1.1.3.1, alínea "c" veta expressamente o uso de imagens em movimento no ANIMATIC, e que o edital nada dispõe especificamente sobre o uso de imagens em movimento no MONSTRO: Qual é a avaliação desta Comissão sobre o uso de imagens em movimento no MONSTRO? É categoricamente permitido ou vetado?

Resposta: Permitido.

Em decorrência das respostas atualizadas e publicadas por essa Comissão em 21/05/2025, resta evidente que, em nome da segurança jurídica, o prazo inicialmente previsto para apresentação das propostas e documentos terá de ser reaberto, a teor do subitem 30.11 do Edital.

Conforme item 30.11 do Edital, inquestionavelmente, a alteração não afeta a formulação das propostas.

Durante o período de esclarecimentos, por mais de uma vez, essa Comissão afirmou que haveria um limite máximo de 15 peças, sem distinção entre peças corporificadas e não corporificadas. Tal orientação norteou todo o desenvolvimento da proposta técnica, especialmente no que se refere aos subquestos Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia — todos de grande peso na avaliação.

O item 1.1.1.3 do Anexo II do Edital diz que “a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação”.

Por sua vez, o subitem 1.1.1.3.1, “a” do Anexo II do Edital disciplina: “a) estão limitados a quinze, independente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça”.

O texto acima é claro o suficiente para demonstrar a todo e qualquer licitante que o limite previsto de peças corporificadas é de 15 (quize).

Com relação as peças não-corporificadas não há sequer uma menção em todo o texto do Edital, tampouco no seu Anexo II ou Briefing.

A mudança de orientação dessa Comissão, feita há menos de 7 dias úteis do prazo final para a entrega dos invólucros, quanto à inexistência de limite para as peças não corporificadas, altera a essência do planejamento da concorrência e, por isso, é imperativo a designação de novo prazo, na forma prevista na lei e no Edital.

O entendimento da Comissão Especial de Licitação amplia o caráter competitivo do certame por aceitar na Ideia Criativa peças não corporificadas, peças essas que não se enquadram na exigência Editalícia prevista no subitem 1.1.1.3.1, “a” do Anexo II do Edital.

Ademais, não altera em absolutamente nada no teor das propostas que venham a ser apresentadas com a observância estrita ao constante no Edital (15 peças corporificadas na Ideia Criativa).

Essa reinterpretação, ao eliminar o limite de peças não corporificadas, expande exponencialmente o universo de possibilidades criativas e táticas, especialmente no meio digital, que é parte integrante e relevante do objeto desta licitação. Com isso, as propostas técnicas em desenvolvimento — ou mesmo aquelas já finalizadas — precisam ser refeitas, pois não se trata de um ajuste pontual, mas de uma

reestruturação completa da abordagem, com novos estudos de canais, formatos e peças, entre outras soluções antes inviáveis devido à restrição expressa nas respostas dessa Comissão.

Tais interpretações devem ser feitas por todo e qualquer licitante, é justamente este o objetivo do Edital, escolher a proposta mais vantajosa à Administração.

As respostas aos questionamentos estão registradas no Comprasnet.BA, juntadas aos autos do processo Sei! nº 008.1883.2024.0014875-23, bem como formalizadas por e-mail individualizado ao licitante que solicitou o esclarecimento. Ressalte-se, por oportuno, o informado anteriormente:

Todas as informações estão no sítio www.comprasnet.ba.gov.br (Comprasnet.BA)

Acesse a aba Licitação>Editais. No campo Secretaria, selecione: Secretaria de Comunicação Social, e abaixo clique no link "Pesquisar".

Logo após clique no link "CP-001/2025" onde constarão todas as informações.

Para visualizar o Estudo Técnico Preliminar – ETP, o Termo de Referência – TR, bem como todas as perguntas e respostas referentes ao certame (Questionamentos) clique no link "Consultar Anexos".

É obrigação da licitante interessada se manter informada de todos os atos referentes ao processo, conforme disposição contida no item 6.1.3 do Edital:

"6.1.3 Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido e-mail para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital".

Elaborar uma proposta técnica publicitária com o nível de exigência demandado por esse Edital requer etapas rigorosas de planejamento, criação e execução, que envolvem a revisão completa da estratégia de comunicação; a redefinição do plano estratégico e tático de mídia, com a reavaliação dos meios anteriormente utilizados e, quiçá, a utilização de novos meios compatíveis com as novas possibilidades; o desenvolvimento de novas peças não corporificadas, com conceito criativo ajustado; a integração entre as equipes de planejamento, criação, mídia e produção, de modo a garantir coerência técnica e narrativa em toda a proposta; e, por fim, a preparação dos materiais conforme as exigências formais dos invólucros padronizados (ao contrário da praxe recorrente nas licitações da espécie, foi respondido na data acima que as peças gráficas não podem ser dobradas).

A praxe da presente licitação deve ser o Edital que a instruiu: Nº 01/2025 (Processo Administrativo nº 008.1883.2024.0014875-23)

O princípio da Vinculação ao Edital impede a criação, depois de iniciado o procedimento licitatório, de critérios diferenciados daqueles estabelecidos

no ato convocatório. As questões envolvendo o Invólucro nº 01 estão taxativamente previstas. O item 22.2.1 do Edital enfatiza suas condições de admissibilidade:

22.2.1. O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Especial de Licitação se:

a) não estiver identificado;

b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;

c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

Além disso, cumpre destacar que, conforme dispõe o Anexo II do Edital, o julgamento da proposta técnica concentra-se essencialmente em subquesitos diretamente impactados por essa mudança: o Raciocínio Básico, que exige alinhamento entre diagnóstico e solução; a Estratégia de Comunicação Publicitária, que demanda clareza sobre o que dizer, como, a quem e por quais meios — exigindo, portanto, uma reavaliação total dos canais e instrumentos de divulgação; a Ideia Criativa, que está diretamente vinculada ao conjunto de peças exemplificativas; e a Estratégia de Mídia e Não Mídia, que requer a demonstração de adequação entre meios, formatos e público-alvo.

É fundamental destacar que esse processo não pode ser comprimido sem comprometer a qualidade da entrega, a competitividade entre as licitantes e a integridade técnica do certame — ainda mais considerando que se trata de uma licitação do tipo Melhor Técnica, em que a proposta representa o principal critério de julgamento.

O instrumento convocatório, bem como todos os esclarecimentos disponíveis no comprasnet.BA são exigíveis para todo e qualquer licitante.

Por óbvio, é obrigação do interessado interpretar corretamente o *Briefing*, e apresentar sua proposta técnica.

Conforme dito anteriormente, o entendimento da Comissão Especial de Licitação resguarda do começo ao fim as disposições constantes no Edital, e sua indicação em aceitar peças não-corporificadas não compromete as mesmas, muito pelo contrário, amplia o caráter competitivo.

Tratar esse novo entendimento derivado dos dois mencionados esclarecimentos, sem estabelecer novo cronograma compromete o rigor técnico exigido, expõe o processo a vícios que podem ser facilmente evitados com a reabertura do prazo, na forma da lei e no Edital. Assim, impõe-se a reabertura do prazo de entrega dos invólucros, de forma

proporcional ao impacto gerado, assegurando condições técnicas reais para o cumprimento dos novos parâmetros definidos pela própria Comissão.

As condições técnicas reais foram dadas no momento do Aviso de Licitação, com publicação do ato no Diário Oficial do Estado, e disponibilização do Edital. A Comissão Especial de Licitação permanecerá focada nas disposições constantes no processo licitatório, com toda a técnica administrativa necessária, baseada na Lei Federal nº 14.133/2021, bem no item 6.1.4. do Edital, *in verbis*:

"6.1.4. Os pedidos de esclarecimentos não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento da proposta Técnica e de Preços previstos no subitem 9.2".

Segue abaixo questionamento sobre o edital:

O custo de estratégia de influenciadores digitais deverá ser orçada em verba de mídia ou deverá ser alocada em valor de produção?

Resposta: Produção.

Em atenção ao disposto no item 1.1.1.4 do Anexo II do Edital, e considerando o esclarecimento prestado pela Comissão em Questionamentos anteriores, vimos, respeitosamente, formular os questionamentos abaixo:

1) A Comissão divulgou, no arquivo intitulado "questionamento&arq30", entendimento no sentido de que as páginas da ideia criativa "não podem ser dobradas e devem ser numeradas **a partir da última página da estratégia de mídia**". Contudo, tal orientação parece contrariar a estrutura prevista no edital. Nos termos do item 1.1 e seguintes, anexo II, o Plano de Comunicação Publicitária deve ser apresentado na seguinte ordem: **a. raciocínio Básico; b. estratégia de Comunicação Publicitária; 3. ideia Criativa; 4. estratégia de Mídia e Não Mídia.**

Diante disso, devemos considerar que os exemplos de peças da Ideia Criativa **devem ser inseridos e numerados na ordem prevista no anexo II do Edital, ou seja, antes da Estratégia de Mídia**, sob pena de inversão da ordem textual expressa no edital?

RESPOSTA: RESPOSTA: A questão trata-se do INVÓLUCRO 1 – Via Não identificada. Cada Subquesto (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e não mídia) tem sua própria numeração. Não é permitido dobrar os A3, considerando especialmente o exposto no item 22.2.1, alínea "c" do Edital.

2) Sobre o acondicionamento dos **envelopes com os pen drives** dentro dos invólucros, como deveremos proceder? Os envelopes devem estar "soltos" dentro do invólucro, ou devem ter **algum tipo de identificação** quanto ao seu conteúdo?

Ex. Os envelopes dos pen drives colados em folha A4 com descrição a especificar seu conteúdo.

RESPOSTA: Em certames anteriores promovidos pela SECOM, os CDs e DVDs eram rubricados nas respectivas capas.

No certame atual, serão utilizados pendrives, da mesma forma, os pendrives deverão estar acondicionados nos envelopes brancos, também fornecidos pela Comissão Especial de Licitação.

Portanto, os envelopes deverão estar fechados e serão rubricados pelos presentes na oportunidade da Primeira Sessão Pública, conforme item 22.2 e seguintes do Edital. A mesma orientação dos invólucros será exigível para os envelopes brancos dos pendrives: Fechar os envelopes com cola ao longo da aba interna.

Prezados(as) Membros da Comissão Especial de Licitação,

PERGUNTA 1

No Anexo II, item 1.1.1.2, alínea "c" do edital e no tópico 6 do Briefing, notamos a ausência de uma exigência clara quanto à data específica de início e término da campanha, mencionando apenas que sua duração deve ser de 15 dias.

Diante disso, solicitamos um esclarecimento preciso sobre os seguintes pontos:

A) Considerando a ausência de datas fixas, é correto o entendimento de que a definição do período (dia, mês e ano) para a execução da campanha é facultativa, desde que a duração total de 15 dias seja respeitada?

RESPOSTA: SIM.

B) É correto o entendimento de que o período de 15 dias de execução da campanha deve ser consecutivo?

RESPOSTA: SIM.

PERGUNTA 2

Com base nos esclarecimentos anteriores (Documento nº 13 de Perguntas e Respostas), solicitamos confirmação e detalhamento sobre os seguintes pontos referentes à Proposta de Preços:

A) Confirma-se que tanto o invólucro quanto o formulário da Proposta de Preços serão fornecidos pela Comissão?

RESPOSTA: SIM. Conforme subitem 13.1.2 e 13.1.3. do edital.

13.1.2. O Invólucro nº 4 deverá ser o padronizado e fornecido obrigatoriamente, pela Comissão Especial de Licitação, conforme item 10.1.1.1.

13.1.3. O Invólucro nº 4 deverá conter a Proposta de Preço original e rubricada pela Comissão Especial de Licitação, preenchida em todos os seus campos e a declaração da licitante conforme item 14. O campo "nome do representante" poderá ser preenchido com a assinatura do "representante da agência", do "representante legal" (sócio ou proprietário da agência) ou ainda de uma terceira pessoa, desde que esteja elencada no contrato social desta agência e, em virtude disso, possua poderes para representá-la.

B) Caso afirmativo, o preenchimento da Proposta de Preços poderá ser realizado de forma manual pelas licitantes?

RESPOSTA: SIM. Conforme item 13 do edital.

13. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

INVÓLUCRO Nº 4

13.1. O Invólucro nº 04 deverá estar acondicionado a Proposta de Preços da Licitante.

13.1.1 O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**Invólucro nº 4
Proposta de Preços
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência nº XXX/20XX**

13.1.2. O Invólucro nº 4 deverá ser o padronizado e fornecido obrigatoriamente, pela Comissão Especial de Licitação, conforme item 10.1.1.1.

À Comissão de Licitação,

Em atenção ao processo de esclarecimento dos itens do Edital de Licitação Nº 01/2025, encaminhamos os seguintes questionamentos:

Pergunta 1:

Considerando que a alínea b do item 17.2.3 do Edital determina que a licitante apresente profissional devidamente registrado no conselho profissional competente, quando for o caso, detentor de atestado de responsabilidade técnica por execução de serviço de características semelhantes, para fins de contratação, **estamos entendendo** que a juntada de declaração da própria licitante indicando profissional competente, com formação correspondente ao objeto da licitação e com experiência na área, que teria condições de ficar responsável pela coordenação dos serviços, é suficiente para cumprir a exigência editalícia. Está correto o nosso entendimento?

RESPOSTA: SIM. Seguir conforme item 17.2.3 alínea "b" do edital;

*b) apresentação de profissional, devidamente registrado no conselho profissional competente, **quando for o caso**, detentor de atestado de responsabilidade técnica por execução de serviço de características semelhantes, para fins de contratação (art. 67, inc. I da Lei Federal nº 14.133, de 2021);*

Pergunta 2:

Considerando que a alínea "c" do item 17.2.3 do Edital determina que a licitante apresente certidões ou atestados, regularmente emitidos pelo conselho profissional competente, quando for o caso, que demonstrem capacidade operacional na execução de serviços similares de complexidade tecnológica e operacional. **Considerando** que no caso dos serviços de comunicação digital e publicidade não existe responsável pela emissão desse tipo de documento. **Estamos entendendo** que a sua apresentação é desnecessária nesse procedimento licitatório. Está correto o nosso entendimento? **Se esse não for o caso**, é possível que essas comprovações sejam feitas por meio de atestados expedidos pelos próprios clientes atendidos pelo profissional mencionado?

Resposta: De acordo com a alínea "c" do item 17.2.3 do Edital, a exigência de apresentação de certidões ou atestados emitidos por conselho profissional competente está condicionada à existência de conselho regulamentador para a atividade envolvida — razão pela qual a cláusula inclui a expressão "quando for o caso".

17.2.3. Qualificação Técnica:

*c) certidões ou atestados, regularmente emitidos pelo conselho profissional competente, **quando for o caso**, que demonstrem capacidade operacional na execução de serviços similares de complexidade tecnológica e operacional equivalente ou superior (art. 67, inc. II, parte inicial, da Lei Federal nº 14.133, de 2021);*

Pergunta 3:

Considerando que a alínea f do item 17.2.3. do Edital dispõe que a licitante deve apresentar prova de atendimento de requisitos previstos em lei especial, questionamos:

a) Quais são os requisitos que devem ser comprovados?

RESPOSTA: O registro ou inscrição mencionados na alínea "g" referem-se às exigências da Lei nº 4.680/1965, sendo obrigatória a comprovação de registro atualizado junto ao SINAPRO e ao CENP, como prática reconhecida para habilitação de agências de publicidade em processos licitatórios, não se aplicando a conselhos profissionais previstos no art. 8º, V da CF.

b) Como deve ser feita essa comprovação?

RESPOSTA: De acordo com a alínea "f" mencionada na pergunta 03:

f) declaração de que o licitante tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;

c) A que lei especial o edital se refere?

RESPOSTA: Os requisitos legais a serem atendidos referem-se principalmente à Lei nº 12.232/2010 e à própria Lei nº 4.680/1965, que regulamentam a atividade publicitária no país.

Pergunta:

Entretanto, restou-nos uma dúvida: no modelo da planilha da proposta de preços (Anexo III - Invólucro 4) que recebemos, é possível preencher os percentuais dos honorários, porém não são todos os campos que há espaço suficiente para inserir o valor por extenso.

Diante disso, pergunto: será permitido inserir apenas os percentuais em forma numérica?

Resposta: SIM.

Temos a possibilidade de copiar a minuta do modelo e redigir o documento em papel timbrado da empresa, incluindo os percentuais numéricos e por extenso?

RESPOSTA: Não é possível.

13.1.3.O Invólucro nº 4 deverá conter a Proposta de Preço original e rubricada pela Comissão Especial de Licitação, preenchida em todos os seus campos e a declaração da licitante conforme item 14. O campo "nome do representante" poderá ser preenchido com a assinatura do "representante da agência", do "representante legal" (sócio ou proprietário da agência) ou ainda de uma terceira pessoa, desde que esteja elencada no contrato social desta agência e, em virtude disso, possua poderes para representá-la.

14.1.1 Proposta de Preço original e rubricada pela Comissão Especial de Licitação, preenchida em todos os seus campos sem emendas ou rasuras. O campo "nome do representante" poderá ser preenchido com a assinatura do "representante da agência", do "representante legal" (sócio ou proprietário da agência) ou ainda de uma terceira pessoa, desde que esteja elencada no contrato social desta agência e, em virtude disso, possua poderes para representá-la. O modelo da planilha estará no Edital.

14.2.1. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Especial de Licitação considerará o preço por extenso.

Caso o entendimento seja utilizar exclusivamente o modelo recebido para preenchimento, qual seria a orientação?

RESPOSTA: Preencher no espaço disponível.

Prezada Comissão Especial de Licitação, boa noite!

Em pedido de esclarecimento respondido por esta Ilustre Comissão e publicado em sítio oficial no dia 28.05.2025, afirmou-se:

Em atenção ao disposto no item 1.1.1.4 do Anexo II do Edital, e considerando o esclarecimento prestado pela Comissão em Questionamentos anteriores, vimos, respeitosamente, formular os questionamentos abaixo: 1) A Comissão divulgou, no arquivo intitulado "questionamento&arq30", entendimento no sentido de que as páginas da idéia criativa "não podem ser dobradas e devem ser numeradas a partir da última página da estratégia de mídia". Contudo, tal orientação parece contrariar a estrutura prevista no edital. Nos termos do item 1.1 e seguintes, anexo II, o Plano de Comunicação Publicitária deve ser apresentado na seguinte ordem: a. raciocínio Básico; b. estratégia de Comunicação Publicitária; 3. idéia Criativa; 4. estratégia de Mídia e Não Mídia. Diante disso, devemos considerar que os exemplos de peças da Idéia Criativa devem ser inseridos e numerados na ordem prevista no anexo II do Edital, ou seja, antes da Estratégia de Mídia, sob pena de inversão da ordem textual expressa no edital?

RESPOSTA: A questão trata-se do INVÓLUCRO 1 – Via Não identificada. Cada Subquesto (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e não mídia) tem sua própria numeração. Não é permitido dobrar os A3, considerando especialmente o exposto no item 22.2.1, alínea "c" do Edital.

Ou seja, segundo a lógica da resposta, os Subquestos (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Idéia Criativa e Estratégia de Mídia e não mídia) do Plano de Comunicação teriam cada qual sua numeração própria, ou seja, o Raciocínio Básico iria da página 1 até X; a Estratégia de Comunicação da página 1 até X; a Relação da Idéia Criativa da página 1 até X; e a Estratégia de Mídia e não mídia da página 1 até X.

Não obstante, a lógica da resposta não corresponde aos termos do edital, dos pedidos de esclarecimentos anteriores e da tradição das licitações de publicidade, em que a numeração do Plano de Comunicação é sequencial e corrida, sem interrupções e reinícios em cada Subquesto.

Assim, questiona-se: É correto o entendimento de que a numeração do Plano de Comunicação deverá ser sequencial /corrida, ou seja, sem interrupção ao final de um subquesto e reinício ao início do próximo?

RESPOSTA: a Comissão esclarece que, conforme já manifestado em esclarecimentos anteriores, inclusive no arquivo "questionamento&arq30" e na resposta publicada em 28/05/2025, cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (Invólucro 1) poderá conter numeração própria de páginas.

Assim, não se exige numeração sequencial e corrida entre os subquestos. A apresentação pode ser feita com numeração reiniciada a partir da página 1

em cada subquesto, desde que observadas as demais exigências de formatação, sigilo e integridade física dos materiais estabelecidas no Edital.

Fundamentação técnica e editalícia:

- O item 11.2, alínea “g” do Edital exige que as páginas sejam numeradas, mas não exige que a numeração seja única e contínua entre todos os subquestos.
- O entendimento da Comissão, reiterado no arquivo “questionamento&arq30” e novamente na resposta de 28/05/2025, foi de que cada subquesto tem sua própria estrutura e pode ter sua própria sequência de páginas numeradas.
- A estrutura estabelecida no Anexo II do Edital (item 1.1 e seguintes) define a ordem de apresentação dos subquestos, mas não impede a numeração independente.

Prezados membros da Comissão de Licitação,

Em atenção ao **Questionamento nº 1**, constante no arquivo 36004CP0012025**PerguntaseRespostas_45.p&ARQ53**, apresentamos as seguintes considerações, fundamentadas nas melhores práticas observadas em licitações e com o objetivo de contribuir para a clareza e a qualidade da avaliação técnica.

Observamos que a Comissão tratou os subquestos **Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia** como se fossem cadernos distintos, cada um com sua própria numeração de páginas. Contudo, à luz das práticas consagradas em licitações de comunicação, o **Plano de Comunicação** deve ser compreendido como um único documento integrado, com numeração sequencial de páginas que abrange todos os seus subquestos. Essa lógica está em consonância com a própria estrutura do Edital, que apresenta os subquestos como partes integrantes e interdependentes de uma única proposta técnica, a fim de garantir a fluidez da leitura e a compreensão da proposta como um todo.

Importante destacar que a separação artificial desses subquestos em cadernos distintos, com numeração independente, pode comprometer a avaliação da Subcomissão Técnica, uma vez que fragiliza a conexão lógica e argumentativa entre os subquestos, prejudicando a análise integrada do raciocínio estratégico da licitante. Por isso:

1) Solicitamos, respeitosamente, que a Comissão reconsidere seu entendimento e confirme que o Plano de Comunicação, com todos os seus subquestos, seja apresentado como um único caderno numerado sequencialmente.

Resposta: O referido plano é composto pelos subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, conforme descrito no item 11.3. Cada um desses subquestos pode ser apresentado com numeração de páginas própria, considerando que o edital não impõe a obrigatoriedade de numeração sequencial única entre os subquestos.

A Comissão esclarece ainda que tal estrutura não compromete a análise técnica por parte da Subcomissão Técnica, uma vez que:

- O conteúdo do Invólucro nº 1 é avaliado de forma integrada pela Subcomissão, independentemente da numeração adotada;**
- A formatação individualizada por subquesto pode, inclusive, favorecer a organização e a clareza do material apresentado.**

Dessa forma, mantém-se o entendimento de que cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada poderá conter numeração própria, desde que respeitadas todas as demais exigências do edital.

Em relação à orientação para que os exemplos de peças da **Ideia Criativa** sejam numerados, registramos que tais exemplos são usualmente apresentados como anexos ou apêndices visuais, sem necessidade de numeração de páginas. Isso se dá porque os exemplos de peças possuem formato gráfico distinto, muitas vezes adaptado para facilitar o manuseio e a avaliação técnica por parte da Subcomissão. A exigência de numeração dessas peças, além de destoar das práticas correntes, pode inclusive gerar inconsistências no formato final do material. Dessa forma:

2) Solicitamos também que a Comissão reavalie essa orientação e permita que os exemplos de peças sejam apresentados sem a obrigatoriedade de numeração de páginas, garantindo a flexibilidade necessária para a melhor visualização, análise e julgamento técnico do material pela subcomissão técnica.

Resposta: a Comissão Especial de Licitação esclarece que mantém a orientação de que os exemplos de peças da Ideia Criativa, quando apresentados fisicamente no corpo do Plano de Comunicação – Via Não Identificada (Invólucro nº 1), devem conter numeração de páginas.

Esse entendimento decorre da necessidade de:

Organizar adequadamente os materiais apresentados;

Permitir à Subcomissão Técnica referenciar corretamente as peças durante a análise;

Garantir comparabilidade entre as propostas, dentro dos parâmetros formais definidos no Edital.

Embora o item 11.2.6 do edital informe que os exemplos de peças não têm limite de páginas, ele não desobriga a numeração, especialmente quando tais exemplos são apresentados em papel, encartados no documento. Além disso, a numeração contribui para a rastreabilidade e consistência do material técnico durante o julgamento.

Cabe ressaltar que o Edital autoriza que os exemplos de peças sejam apresentados em formatos diferenciados, como papel A3, papel fotográfico, ou até mesmo em pendrive (conforme item 11.2.2, alínea “d”), o que oferece a flexibilidade gráfica necessária;

No caso de apresentação exclusiva por pendrive, a numeração das páginas não é aplicável, desde que os arquivos estejam organizados e identificados de forma clara e ordenada, conforme os critérios do Anexo II.

Reiteramos nosso compromisso com o cumprimento das regras do edital e a construção de uma proposta técnica que atenda plenamente às expectativas e objetivos da Comissão.