



PREFEITURA MUNICIPAL DE JIJOCA DE JERICOACOARA

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E PREGÃO



PREFEITURA MUNICIPAL DE JIJOCA DE JERICOACOARA-CE

CONCORRÊNCIA Nº 2021.10.08.01/CP

ATA DE JULGAMENTO PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Na Segunda Feira 14 de Fevereiro de 2022 reuniram-se os membros da Subcomissão Técnica, abaixo assinados, para análise e julgamento do recurso da licitante **SG PROPAG COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA – CNPJ: 07.991.409/0001-66**, proponente da **Concorrência Pública Nº 2021.10.08.01/CP**, cujo objeto é a contratação de 01 - (uma) empresa especializada na prestação de serviços de publicidade.

Esta comissão se reuniu e deliberou acerca do recurso impetrado pela empresa SG Propag da qual afirma que o julgamento não foi corretamente executado e injustamente a recorrente foi desclassificada do certame. Nas linhas abaixo justificamos nosso julgamento contra o dito recurso.

DAS ALEGAÇÕES QUANTO A ANÁLISE PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA REFERENTE A PROPOSTA TÉCNICA

A Recorrente escreve em seu recurso que esta subcomissão não julgou de forma coerente, clara, precisa, objetiva e lógica. Porém não cita com mais detalhes quais foram eles, salientamos que todos os itens avaliados foram justificados.

Observou-se que no enunciado dos itens 07 – 08 e 09 onde se lê: ***Julgamento comissão permanente de licitação e pregão***, acredita-se que houve um equívoco de escrita pois o questionamento é para a subcomissão técnica e não a comissão de licitação.

CNPJ: 23.718.034/0001-11

Rua Minas Gerais, 420 – Centro - Jijoca de Jericoacoara - Ceará - Brasil.

CEP: 62.598-000 - licitacao@jijocadejericoacoara.ce.gov.br – Telefone: (88) 3669-1200

dt

22.02.2022
Felipe
Guilherme

Guilherme

W



PREFEITURA MUNICIPAL DE JIJOCA DE JERICOACOARA

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E PREGÃO



ITEM 1 – HÁBITOS DE CONSUMO DE MÍDIA (PÁGINA 07)

A recorrente SG PROPAG ora questiona o método de julgamento avaliado por esta subcomissão, indicando que houve um parecer favorável para a CK Comunicação com pesquisa de fonte de dados de vários meios como Ipsos Marplan, IPC, IVC e IBOPE, em seu julgamento a subcomissão afirma que, a CK Comunicação realizou um estudo prévio servindo de base para uma afirmativa acerca dos públicos em questão que visitam Jijoca de Jericoacoara.

Em sua justificativa a subcomissão apontou que, a empresa A utilizou meios diversos tais como IBOPE, IPC, IVC etc, e na empresa B ao citar o portal de viagens **Booking** como exemplo, o site **Booking.com** é um dos maiores portais de viagens do mundo, tem um grande peso na escolha de viajantes para a cidade de **Jijoca de Jericoacoara**, pois a mesma recebe muitos visitantes estrangeiros durante o ano.

ITEM 2 – PERÍODO DE VEICULAÇÃO

A licitante recorrente informa que a avaliação realizada por esta subcomissão foi equivocada uma vez que foi avaliada a economicidade da verba e não dos recursos próprios.

No item 9.2.1.4 item e do edital está escrito que:

e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material.

A CK Comunicação mostra uma economia na aplicação de verba de mídia, nas planilhas apresentadas em seu plano de comunicação nas páginas 15, 16 e 17, pois consegue atingir o público alvo em contrapartida utilizando menos recurso público.

A SG Propag mostra que foi utilizado praticamente todo o recurso disponível no Briefing em suas planilhas apresentadas em seu plano de comunicação

*Julia
bude
A225:
Guilherme*

H

10



PREFEITURA MUNICIPAL DE JIJOCA DE JERICOACOARA

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E PREGÃO



No Item:

D) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura de Jijoca de Jericoacoara.

Houve um equívoco na justificativa de ambas as empresas, pois a justificativa do caderno deveria ser inserida no item E e não no D, então, ao analisar novamente o plano de comunicação das empresas concorrentes, ***notamos que a SG Propag utiliza apenas da veiculação de um Hotsite no site da prefeitura e postagens orgânicas mas sem citar quantas foram***, sendo que todo o restante da campanha será de forma paga, ou seja praticamente não tem o uso de recursos próprios da prefeitura.

Com isso concluímos que, a nota atribuída no item D foi corretamente atribuída para ambas as empresas

ITEM 3 – RÁDIO

A Licitante recorrente afirma que não foi informado corretamente o target da rádio Beach Park FM pela empresa recorrida, esta afirmação não está correta, pois na página 8 e 9 do Plano de Comunicação da CK Comunicação existe dois gráficos que mostram o publico que acessa a rádio com a faixa etária correspondente e também de classe econômica, esta pesquisa foi da Midia Dados de 2021, com isso fica provado que o publico AB 25+ foi corretamente inserido em sua tática de promoção para públicos prioritários, e também não é apenas a audiência que determina a compra de espaço publicitário em uma mídia, se fosse assim, o anunciante só compraria espaço na Globo, uma vez que é o maior veículo de audiência em TV, existem muitas variáveis que determinam a compra de um veículo tal como o rádio e uma delas foi utilizado que é a segmentação de público.

CNPJ: 23.718.034/0001-11

Rua Minas Gerais, 420 - Centro - Jijoca de Jericoacoara - Ceará - Brasil.

CEP: 62.598-000 - licitacao@jijocadejericoacoara.ce.gov.br - Telefone: (88) 3669-1200

Handwritten signatures and initials in blue ink, including the name "Galhetme" and a date "22/05/2021".

Handwritten mark in blue ink, resembling a stylized 'Y' or a signature.

Handwritten mark in blue ink, resembling a stylized 'O' or a signature.



PREFEITURA MUNICIPAL DE JIJOCA DE JERICOACOARA

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E PREGÃO



ITEM 4 – PÁGINAS 9 E 10 INTERNET

A SG Propag, afirma que não foi apresentado dados da empresa CK Comunicação sobre a forma de apresentação de dados, textos, tabelas gráficos e planilhas, mas no plano de comunicação da CK Comunicação na **página 9 e 10** está inserido informações de como será feito o trabalho de divulgação na internet com dados demográficos e pesquisa direcionada por palavras chaves, segmentação de públicos dentro outras estratégias e também informações onde informa a faixa etária da população, classe econômica e penetração do meio no total da população, e, nas **páginas 15, 16 e 17** apresenta o período de veiculação e custos de veiculação dos materiais de internet, com base nestas informações tanto os dados demográficos, quanto a planilha de custos justifica as táticas utilizadas pela recorrida bem como valores atribuídos nas distribuição das peças.

ITEM 5 – PÁGINA 13 (PLANILHA OUT OF HOME)

A Empresa recorrente indica que a agência CK Comunicação indicou o valor de tabela simples de outdoor do Veículo Divulcart de forma incorreta, onde fica em desacordo com o item 8.3.4.3 a do edital, admite-se o equívoco, no entanto mesmo com o valor informado menor, não foi extrapolado o valor informado no briefing de R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais) que foi o valor estipulado para criação e veiculação da campanha.

CNPJ: 23.718.034/0001-11

Rua Minas Gerais, 420 – Centro - Jijoca de Jericoacoara - Ceará - Brasil.

CEP: 62.598-000 – licitacao@jijocadejericoacoara.ce.gov.br – Telefone: (88) 3669-1200

Guilherme
Guilherme

HE

2



PREFEITURA MUNICIPAL DE JIJOCA DE JERICOACOARA

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E PREGÃO



ITEM 6 – PÁGINA 17 (RESUMO DOS CUSTOS)

A SG Propag informa que a CK Comunicação não informa os valores absolutos e percentuais por meio indicado no item 8.3.4.2.c do Edital, contudo esta afirmativa não é verdadeira, porque na página 17 do plano de comunicação da CK Comunicação, encontram-se os valores absolutos e percentuais alocados em cada mídia seja ela alternativa ou internet, ou seja, de cada estratégia utilizada.

ITEM 7 – JULGAMENTO COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E PREGÃO (ITEM B)

Segundo informa a empresa SG Propag em seu recurso em que a CK Comunicação Teve uma maior avaliação, porém apresentou menos dados de análise. Reconhece-se o equívoco e foi reavaliada a nota conforme tabela abaixo.

b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos

JUSTIFICATIVAS

A	A capacidade analítica está evidenciada, pois a pesquisa foi realizada por várias empresas renomadas no mercado publicitário.																
B	A análise dos dados foi relevante, a empresa apresentou dados de vários meios e institutos de pesquisa tais como o Kantar Ibope e também foi feito simulações com o volume e alcance do meio estudado, com resultados bem significantes e atingindo bem seus objetivos																
<table border="1"><thead><tr><th colspan="4">NOTAS</th></tr><tr><th></th><th>1</th><th>2</th><th>3</th></tr></thead><tbody><tr><td>A</td><td>2,0</td><td>1,9</td><td>2,0</td></tr><tr><td>B</td><td>3,0</td><td>2,9</td><td>2,9</td></tr></tbody></table>		NOTAS					1	2	3	A	2,0	1,9	2,0	B	3,0	2,9	2,9
NOTAS																	
	1	2	3														
A	2,0	1,9	2,0														
B	3,0	2,9	2,9														

Guilherme
25/



PREFEITURA MUNICIPAL DE JIJOCA DE JERICOACOARA

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E PREGÃO



ITEM 8 – JULGAMENTO COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E PREGÃO (ITEM C)

A SG Propag informa em seu recurso que recebeu uma menor avaliação em comparação com a CK Comunicação, uma vez que a recorrente utiliza-se de mais meios para propagação de sua campanha: 31 peças e a CK Comunicação apenas 17 peças. A nota foi dada corretamente, uma vez que a subcomissão avaliou a economicidade em que a empresa utilizou para a campanha ao montar seu mix de peças, ora, ao fazermos um parâmetro de comunicação no uso e distribuição de verba podemos analisar o seguinte aspecto:

Se com R\$ 50 mil reais a CK Comunicação conseguiu trabalhar com um mix de 17 peças, a SG Propag praticamente utilizou toda a verba disponível R\$ 250 mil para utilizar praticamente o dobro

Entende-se que ela não economizou do erário publico para promoção de sua campanha, e também esta afirmativa de que mais peças é resultado melhor que promover em menos meios, está equivocada, pois atualmente estamos vendo muitos canais de promoção ter mais alcance do que outros, mesmo utilizando menos verba, o que pode-se muito bem conciliar, custo x benefício.

ITEM 9 – JULGAMENTO COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E PREGÃO (ITEM E)

No item "e" a nota atribuída a ambas as agências foi dada corretamente, uma vez que a CK Comunicação utilizou de muitos meios orgânicos em redes sociais, utilização de banners no próprio site da prefeitura, divulgação de vídeo no canal do Youtube da Prefeitura além de outras formas de divulgação nas redes sociais do poder publico municipal, evidenciado na página 11 de seu plano de comunicação, evidenciando assim uma grande economia ao erário publico em contrapartida, a SG Propag, utiliza-se mais de meios pagos, tais como: TV, Radio, Outdoor, até mesmo nas redes sociais, dentre outros, quando se fala em utilização das

CNPJ: 23.718.034/0001-11

Rua Minas Gerais, 420 - Centro - Jijoca de Jericoacoara - Ceará - Brasil.

CEP: 62.598-000 - licitacao@jijocadejericoacoara.ce.gov.br - Telefone: (88) 3669-1200

Handwritten signatures and initials in blue ink.



PREFEITURA MUNICIPAL DE JIJOCA DE JERICOACOARA

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E PREGÃO



redes sociais da prefeitura, apresenta de forma rasa, partindo posteriormente para publicações patrocinadas.

CONCLUSÃO

Conclui-se que as alegativas indicadas no Recurso da SG Propag foram prontamente respondidas. No **ITEM 7 – Julgamento comissão permanente de licitação e pregão (item b)**, esta subcomissão reavaliou o equivoco e feito isso alterou a nota atribuída a SG Propag ficando assim disposto a justificativa e a nova nota atribuída.

Com base nesta informação a planilha de resultado FINAL também sofrerá uma alteração de pontuação, ficando informado na planilha abaixo:

	ESTRATÉGIA DE MIDIA E NÃO MIDIA
A	13,4
B	12,5

Com isso a soma aritmética final ficou disposto da seguinte forma:

NOTAS DO PLANO	
A	B
64,1	58,9

Jijoca de Jericoacoara - CE, 14 de Fevereiro de 2022

1. PABLO RAFAEL MENEZES AZIZE Membro	2. JULIA IONELE DE SOUSA SOARES Membro	3. GUILHERME PAIVA LIMA Membro
---	---	---

CNPJ: 23.718.034/0001-11

Rua Minas Gerais, 420 - Centro - Jijoca de Jericoacoara - Ceará - Brasil.

CEP: 62.598-000 - licitacao@jijocadejericoacoara.ce.gov.br - Telefone: (88) 3669-1200