

contatos e localizações

Escaneie para ver nossos



[www.ecletica.net](http://www.ecletica.net)



**AO ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE  
DE LICITAÇÃO DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO  
TOCANTINS**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA n.º 002/2023-Aleto  
Proc. n.º 0297/2023

Sr. Presidente,

A empresa **ECLÉTICA COMUNICAÇÃO LTDA**, com sede à rua Conceição de Monte Alegre, 198, 9º andar Conj 91, bairro Cidade Monções, São Paulo - SP, Cep.: 04.563-060, inscrita no CNPJ/MF sob n. 02.052.682/0002-92, por seu representante infra firmado, vem apresentar tempestivamente RECURSO ADMINISTRATIVO contra decisão de classificação de acordo com os fatos fundamentos que se seguem.

**1 – BREVE RELATO**

Esta empresa recorrida participou do processo licitatório em epígrafe, tendo cumprido fielmente o edital e suas exigências, com suas propostas classificadas de acordo com as notas atribuídas em relatório de julgamento.

Entretanto, há falhas nos julgamentos das notas apresentadas, bem como descumprimentos diretos do edital que ensejam desclassificação.

São essas as razões que movem este recurso a seguir fundamentadas.



## 2 - AGÊNCIA DIGITAL, TEMA: ALETO, DE MÃOS DADAS COM A NOSSA GENTE

### 2.1 – Do descumprimento do item 17.2.1.4.3 do Termo de Referência

Vejamos logo o que diz o item citado no tópico:

17.2.1.4.3 Nessa simulação:

a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere este item deverão ser os da tabela vigente na data de publicação do último Aviso de Licitação;

Uma vez que a última publicação do edital foi em 08 de dezembro de 2023, é desta época que se exige as tabelas dos veículos:



Foi identificado através do horário dos programas citados na distribuição da TV Record, que a agência utilizou a tabela de setembro, referente à publicação anterior do certame. O que está em desacordo com o que exige o edital.

Dos 5 programas selecionados, 4 têm horários diferentes da tabela vigente. O mesmo caso se repete em todas as distribuições da TV Jovem (Record).

- Fala Brasil foi apresentado como 07h:30 e na tabela 07h:35.
- Hora do Faro apresentado como 15h:15 e na tabela 15h:30.
- Jornal da Record foi apresentado como 19h:50, mas na tabela vigente de novembro consta o horário de 19h55.
- Jornal da Record SB foi apresentado como 19h:10 e na tabela 19h:45.

contatos e localizações



www.ecletica.net



Confirmamos a tabela antiga utilizada até 11 de outubro de 2023:

TABELA DE PREÇOS - OUTUBRO 2022														
Grade de programação válida a partir de 01/10/2022														
DIA	HORA	GÊNERO	CÓDIGO	PROGRAMA	PALMAS	GURUPI	ARAGUAINA	PARAISO	PALMAS	GURUPI	ARAGUAINA	PARAISO		
					30"	30"	30"	30"	15"	15"	15"	15"		
SEG/SEX	07H00	JORNALISMO	BGMT	BALANÇO GERAL TOCANTINS MANHÃ	R\$ 2.885	R\$ 2.885	R\$ 2.885	R\$ 2.885	R\$ 1.875					
SEG/SEX	08H30	JORNALISMO	FALA	FALA BRASIL	R\$ 457	R\$ 357	R\$ 357	R\$ 357	R\$ 229	R\$ 179				
SEG/SEX	10H00	FEMININO	HDIA	HOJE EM DIA	R\$ 458	R\$ 358	R\$ 358	R\$ 358	R\$ 229	R\$ 179				
SEG/SEX	11H50	JORNALISMO	BGTO	BALANÇO GERAL TOCANTINS VESP	R\$ 2.885	R\$ 2.885	R\$ 2.885	R\$ 2.885	R\$ 1.875					
SEG/SEX	15H15	NOVELA	NVTD	NOVELA DA TARDE 1	R\$ 526	R\$ 426	R\$ 426	R\$ 426	R\$ 263	R\$ 213				
SEG/SEX	18H00	JORNALISMO	CAT1	CIDADE ALERTA TOCANTINS	R\$ 2.885	R\$ 2.885	R\$ 2.885	R\$ 2.885	R\$ 1.875					
SEG/SEX	19H50	JORNALISMO	JREC	JORNAL DA RECORD	R\$ 1.925	R\$ 1.825	R\$ 1.825	R\$ 1.825	R\$ 1.251	R\$ 1.186				
SEG/SEX	21H00	NOVELA	NOVE	NOVELA 3	R\$ 1.989	R\$ 1.899	R\$ 1.899	R\$ 1.899	R\$ 1.299	R\$ 1.234				
SEG/SEX	21H45	NOVELA	NV22	NOVELA 22H	R\$ 1.600	R\$ 1.500	R\$ 1.500	R\$ 1.500	R\$ 1.040	R\$ 975				
SEG/DOM	22H45	REALITY SHOW	FZEN	A FAZENDA	R\$ 3.305	R\$ 3.205	R\$ 3.205	R\$ 3.205	R\$ 2.148	R\$ 2.083				
SEX	23H15	FILME	STSA	SUPER TELA	R\$ 867	R\$ 767	R\$ 767	R\$ 767	R\$ 564	R\$ 499				
SEG/QUI	00H00	SERIE	SPRE	SERIE PREMIUM	R\$ 1.952	R\$ 1.852	R\$ 1.852	R\$ 1.852	R\$ 1.269	R\$ 1.204				
SÁB	07H00	REPORTAGEM	BRAS	BRASIL CAMINHONEIRO	R\$ 457	R\$ 357	R\$ 357	R\$ 357	R\$ 229	R\$ 179				
SÁB	07H30	JORNALISMO	FBES	FALA BRASIL ESPECIAL - Ed. de Sábado	R\$ 457	R\$ 357	R\$ 357	R\$ 357	R\$ 229	R\$ 179				
SÁB	15H00	FILME	CIJAV	CINE AVENTURA	R\$ 349	R\$ 249	R\$ 249	R\$ 249	R\$ 227	R\$ 162				
SÁB	17H00	JORNALISMO	CAES	CIDADE ALERTA ESPECIAL - Ed. de Sábado 1	R\$ 518	R\$ 418	R\$ 418	R\$ 418	R\$ 335	R\$ 270				
SÁB	19H45	JORNALISMO	JRES	JORNAL DA RECORD - Ed. De Sábado	R\$ 1.925	R\$ 1.825	R\$ 1.825	R\$ 1.825	R\$ 1.251	R\$ 1.186				
SÁB	21H00	NOVELA	NVMM	NOVELA 3 - MELHORES MOMENTOS	R\$ 939	R\$ 839	R\$ 839	R\$ 839	R\$ 610	R\$ 545				
SÁB	23H15	FILME	TELA	TELA MAXIMA	R\$ 867	R\$ 767	R\$ 767	R\$ 767	R\$ 564	R\$ 499				
DOM	13H15	FILME	CMMD	CINE MAIOR	R\$ 834	R\$ 734	R\$ 734	R\$ 734	R\$ 542	R\$ 477				
DOM	15H15	AUDITÓRIO	FARO	HORA DO FARO	R\$ 775	R\$ 675	R\$ 675	R\$ 675	R\$ 504	R\$ 439				
DOM	19H45	SHOW	DOES	DOMINGO ESPETACULAR	R\$ 979	R\$ 879	R\$ 879	R\$ 879	R\$ 636	R\$ 571				
DOM	23H45	REPORTAGEM	CARE	CÂMERA RECORD	R\$ 900	R\$ 800	R\$ 800	R\$ 800	R\$ 585	R\$ 520				
DOM	00H15	SERIE	SDOM	SERIE DE DOMINGO	R\$ 753	R\$ 653	R\$ 653	R\$ 653	R\$ 489	R\$ 424				

1) VT'S COM MULTIPLICIDADE DE MARCA = 30% DE ACRÉSCIMO NO VALOR DA FAIXA HORÁRIA  
 2) VT'S COM FORMATO EDITORIAL, INFORMATIVO OU JORNALÍSTICO, SEM OBJETIVO COMERCIAL = 100% DE ACRÉSCIMO

DEPARTAMENTO COMERCIAL - FONE (063) 3901-8700

Mídia: [diretoria@jovempalmas.com.br](mailto:diretoria@jovempalmas.com.br) / Material: [opectv@jovempalmas.com.br](mailto:opectv@jovempalmas.com.br)

PROGRAMAS COM DISPONIBILIDADE DE MERCHANDISING

Balanço Geral TO Manhã - Cidade Alerta Local - Balanço Geral TO Vespertino

Agora confirmamos a tabela nova utilizada a partir 11 de outubro de 2023:

contatos e localizações



www.ecletica.net



TABELA DE PREÇOS												
VÁLIDA A PARTIR DE 11 OUTUBRO'23												
DIA	HORA	GÊNERO	CÓDIGO	PROGRAMA	PALMAS 30"	GURUPI 30"	ARAGUAINA 30"	PARAISO 30"	PALMAS 15"	GURUPI 15"	ARAGUAINA 15"	PARAISO 15"
SEG/SEX	05H00	REPORTAGEM	BGMT	BALANÇO GERAL MANHÃ TO	2.885	1.443	1.443	1.443	1.875	938	938	938
SEG/SEX	08H40	JORNALISMO	FALA	FALA BRASIL	482	241	241	241	241	121	121	121
SEG/SEX	10H00	SHOW	HDA	HOJE EM DIA	483	242	242	242	242	121	121	121
SEG/SEX	11H50	REPORTAGEM	BGTO	BALANÇO GERAL VESPERTINO TO	2.885	1.443	1.443	1.443	1.875	938	938	938
SEG/SEX	15H30	NOVELA	NVTD	NOVELA DA TARDE 1	555	278	278	278	278	139	139	139
SEG/SEX	16H30	JORNALISMO	CAT1	CIDADE ALERTA TO	2.885	1.443	1.443	1.443	1.875	938	938	938
SEG/SEX	19H55	JORNALISMO	JREC	JORNAL DA RECORD	2.031	1.016	1.016	1.016	1.320	660	660	660
SEG/SEX	21H00	NOVELA	NOVE	NOVELA 3	2.109	1.055	1.055	1.055	1.371	685	685	685
SEG/SEX	21H45	NOVELA	NV22	NOVELA 22H	1.688	844	844	844	1.097	549	549	549
SEG/DOM	22H30	REALITY SHOW	FZEN	A FAZENDA 15	3.305	1.653	1.653	1.653	2.148	1.074	1.074	1.074
SEX	22H45	REALITY SHOW	QUIL	QUILÓS MORTAIS	867	434	434	434	564	282	282	282
SEG/QUI	00H00	SÉRIE	SPRE	SÉRIE PREMIUM	2.060	1.030	1.030	1.030	1.339	670	670	670
SÁB	07H00	REPORTAGEM	BRAS	BRASIL CAMINHONEIRO	457	229	229	229	229	114	114	114
SÁB	07H35	JORNALISMO	FBES	FALA BRASIL - Ed. de Sábado	457	229	229	229	229	114	114	114
SÁB	15H00	FILME	CIAV	CINE AVENTURA	368	184	184	184	239	120	120	120
SÁB	17H00	JORNALISMO	CAES	CIDADE ALERTA - Ed. de Sábado	516	258	258	258	335	168	168	168
SÁB	19H45	JORNALISMO	JRES	JORNAL DA RECORD - Ed. de Sábado	1.925	963	963	963	1.251	626	626	626
SÁB	21H00	NOVELA	NVMM	NOVELA 3 - Melhores Momentos	939	470	470	470	610	305	305	305
SÁB	23H30	FILME	STSA	SUPER TELA	867	434	434	434	564	282	282	282
DOM	09H00	INFANTIL	AGRO	MUNDO AGRO	600	300	300	300	390	195	195	195
DOM	14H00	FILME	CMDM	CINE MAIOR	834	417	417	417	542	271	271	271
DOM	15H30	AUDITÓRIO	FARO	HORA DO FARO	775	388	388	388	504	252	252	252
DOM	19H45	JORNALISMO	DOES	DOMINGO ESPETACULAR	1.033	517	517	517	671	336	336	336
DOM	23H15	REPORTAGEM	CARE	CÂMERA RECORD	900	450	450	450	585	293	293	293
DOM	00H30	SÉRIE	SDOM	SÉRIE DE DOMINGO	753	377	377	377	489	245	245	245

1) VT'S COM MULTIPLICIDADE DE MARCA = 30% DE ACRÉSCIMO NO VALOR DA FAIXA HORÁRIA  
 2) VT'S COM FORMATO EDITORIAL, INFORMATIVO OU JORNALÍSTICO, SEM OBJETIVO COMERCIAL = 100% DE ACRÉSCIMO

DEPARTAMENTO COMERCIAL - FONE (063) 99239-3007  
 Mídia: [diretoria@jovempalmas.com.br](mailto:diretoria@jovempalmas.com.br) / Material: [opectv@jovempalmas.com.br](mailto:opectv@jovempalmas.com.br)

Como vemos além dos horários há alteração de valores, o que descumpre totalmente o edital.

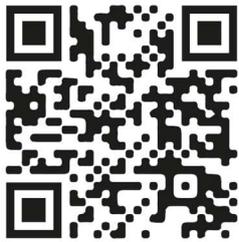
## 2.2 – Do descumprimento do item 17.1 do Termo de Referência

O edital através de seu Termo de Referência estabelece que:

17.1 A licitante deverá apresentar sua proposta técnica por meio de uma campanha simulada, sobre o tema **Resgate da credibilidade e da confiança da população no Poder Legislativo do Tocantins**. A verba referencial para a simulação da campanha será de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais), a ser dividida entre valores de produção, veiculação e distribuição.

Há um limite do valor da verba da simulação de campanha teste. O edital em nenhum lugar traz proibição de uso a menor da verba, mas traz proibição de uso a maior.

Acontece que a agência aqui recorrida apresentou custo de campanha de R\$ 999.987,59, com o uso de tabela antiga, desatualizada.



A necessária atualização dos valores para a tabela nova, ou seja, os custos corretos implicam necessariamente em valor superior ao limite do certame, e assim seu descumprimento.

A utilização da tabela de setembro impacta o valor total da simulação, já que os valores diferem entre uma tabela e outra. Por exemplo, para a TV Norte Tocantins, a diferença ultrapassa 2 mil reais no “Programa Silvio Santos” entre a tabela vigente em setembro e a de novembro. Ou seja, apenas 2 inserções neste programa significa o descumprimento do item 17.1 do TR.

### **2.3 – Do descumprimento do item 17.2.1.4 do Termo de Referência**

O edital através de seu Termo de Referência estabelece que:

17.2.1.4 **Estratégia de Mídia e Não Mídia** - Constituída de:

b) Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

O Plano de Comunicação da agência em nenhum momento, em especial na Estratégia de Mídia e Não Mídia, consta a simulação da distribuição de mídia TV e demais, como exige o item acima.

A ausência do plano de distribuição exigido torna impossível verificar a economicidade apresentada na proposta, assim como não é possível constatar que a programação utilizada foi construída com critérios adequados para alcançar o público-alvo descrito no briefing. O que descumpra diretamente item do edital e impacta ainda em todo o julgamento técnico da proposta.

Informa-se que para cumprimento do item 17.2.1.4.2 a agência apresenta um resumo geral. Mas este item não substitui o detalhamento exigido no item 17.2.1.4, não cumprindo assim o que exige o edital.

### **2.4 – Da desclassificação da proposta**

O edital através de seu Termo de Referência estabelece que:

17.6 Será desclassificada a Proposta que:

a) Não atender às exigências do Edital e de seus anexos;



c) Obter pontuação 00 (zero) em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se refere o subitem 17.5.1.

A agência descumpra diretamente o exigido nos itens 17.2.1.4.3, 17.1 e 17.2.1.4 do Termo de Referência, o que resulta na sua direta desclassificação por aplicação do item 17.6, 'a' do Termo de Referência.

Além disso a agência também se encontra desclassificada por aplicação subsidiária do item 17.6, 'c' do Termo de Referência. Onde o descumprimento direto dos itens 17.2.1.4.3, 17.1 e 17.2.1.4 do Termo de Referência implica em nota ZERO nos seguintes quesitos:

17.5 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

17.5.1 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

a) Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos

**a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 25 (vinte e cinco) pontos**

Tópico	Pontuação
d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação da ANUNCIANTE;	de 0 a 4 pontos
f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a ANUNCIANTE, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no <i>Briefing</i> e a verba disponível.	de 0 a 5 pontos

**a.3) Ideia Criativa: 20 (vinte) pontos**

Tópico	Pontuação
e) A exequibilidade das peças;	de 0 a 2 pontos

**a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez) pontos**

Tópico	Pontuação
b) Conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos;	de 0 a 2 pontos



d) Pertinência, otimização e oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas;	de 0 a 2 pontos
e) Coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos demais itens do Estimativa de produtos e serviços publicitários (Plano de Comunicação).	de 0 a 2 pontos

Uma vez que a agência usa tabela antiga, diferente da exigida para o certame, com preços defasados, e ainda não apresenta simulação detalhada da mídia, ela automaticamente deixa de comprovar: *'A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta'*; *'A capacidade de articular os conhecimentos sobre a ANUNCIANTE, o mercado no qual se insere'*; *'A exequibilidade das peças'*; *'Conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos'*; *'Pertinência, otimização e oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias'*; e, *'Coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos demais itens do Estimativa de produtos e serviços publicitários'*.

Todos estes itens que a agência não apresenta, devem ter nota ZERO, o que significa que além de desclassificada pela aplicação do item 17.6, 'a' do Termo de Referência, a agência também deve ser desclassificada pela aplicação do item 17.6, 'a' do Termo de Referência.

Para além disso podemos calcular que a nota técnica devida para a agência com as devidas reduções dos itens não cumpridos, deve ser diminuída em 19 pontos. Resultando numa nota final, desclassificada, de 75,5 pontos.

Considerando que a agência não pontuou maximamente em todos os itens, ainda assim teríamos uma diminuição mínima da nota, já desclassificada, de 94,5 pontos para 81,5 pontos.

Devendo assim a nota desclassificada ser ajustada para menor para fins de manutenção do julgamento para questões das exigências do edital.

Ou seja, em resumo a agência se encontra desclassificada por descumprimento do item 17.6, 'a' do Termo de Referência; descumprimento do item 17.6, 'c' do Termo de Referência; e sofrer redução da nota final de 94,5 pontos para no máximo 81,5 pontos.

### **3 - AGÊNCIA AGE, TEMA: A NOSSA HISTÓRIA É ESCRITA AQUI**

#### **3.1 – Da inexecuibilidade da proposta técnica**



A agência apresentou preços inexequíveis na sua composição de produção de vídeos.

O menor preço apresentado, neste caso pela agência Digital, foi de R\$ 39.600,00 para um VT de 60 segundos. A agência AGE apresentou o custo de R\$ 36.000,00 para 3 documentários de 60 segundos, o que representa, R\$ 12.000,00 por vídeo de 60 segundos. Ou seja, inexequível.

A exequibilidade da proposta técnica é item de pontuação da classificação técnica, vejamos:

17.5 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

17.5.1 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

a) Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos

a.2) **Estratégia de Comunicação Publicitária: 25 (vinte e cinco) pontos**

Tópico	Pontuação
d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação da ANUNCIANTE;	de 0 a 4 pontos

a.3) **Ideia Criativa: 20 (vinte) pontos**

Tópico	Pontuação
e) A exequibilidade das peças;	de 0 a 2 pontos

A inexequibilidade da peça implica no não cumprimento do item e assim na sua nota ZERO.

### 3.2 – Do descumprimento do item 17.2.1.3, c.8), I do Termo de Referência

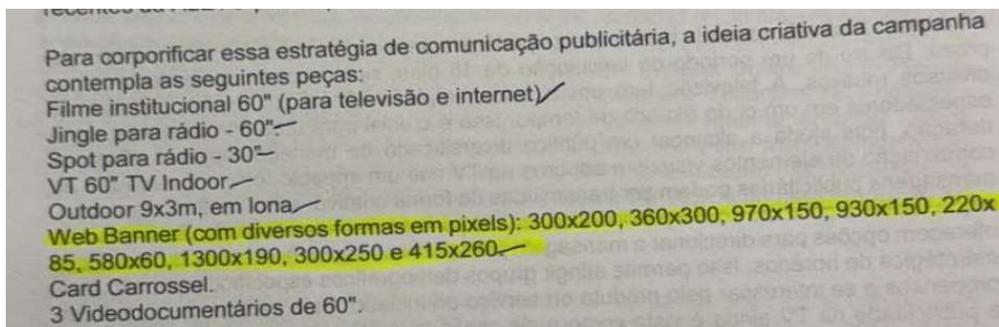
O plano de comunicação da agência citada, na lista das peças corporificadas, traz um Web Banner em 9 formatos, além das outras 9 peças corporificadas como vemos a seguir:

contatos e localizações

Escaneie para ver nossos



www.ecletica.net



O edital por sua vez determina as formas de apresentação das peças:

#### 17.2.1.3 Ideia Criativa:

c.8) Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'c.1' do subitem 17.2.1.3, devem ser observadas as seguintes regras:

D) As reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

Bom, se as variações de formato são consideradas novas peças, então apenas para Web Banner, a agência apresentou 9 (NOVE) peças diferentes. Ou seja, a agência apresentou 18 (DEZOITO) peças para a ideia criativa.

#### 17.2.1.3 Ideia Criativa:

b) Da relação prevista na alínea "a", escolher e apresentar como exemplos, as peças e/ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s) de comunicação, geral ou específico, conforme explicitado pela licitante na Estratégia de Comunicação Publicitária.

b.1) Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e/ou material superior ao que pode ser apresentado "fisicamente", a relação deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e/ou materiais apresentados como exemplos (corporificados) e outro para o restante (não corporificados).

c) Os exemplos de peças e/ou material de que trata a alínea "b":



c.1) Estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça e/ou material;

O edital expressamente limita em DEZ o número de peças corporificadas, o que foi descumprido pela agência em sua proposta técnica.

Não se pode defender a mera organização textual dos exemplos, uma vez que o edital também previu isto no subitem b.1) acima.

Ou seja, mesmo com algum tipo de argumento organizacional, a recorrida descumpra o que diz o edital, devendo assim sua proposta ser desclassificada.

### **3.3 – Da incompatibilidade da pontuação técnica do plano de mídia com a real aplicação do recurso**

A agência recorrida gozou de nota técnica alta considerando seu plano de comunicação como um todo, incluindo o planejamento de mídia.

17.5 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

17.5.1 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

a) Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos

#### **a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez) pontos**

<b>Tópico</b>	<b>Pontuação</b>
a) Raciocínio estratégico e tático;	de 0 a 2 pontos
b) Conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos;	de 0 a 2 pontos
c) Criatividade e conhecimento estratégia e na escolha dos meios;	de 0 a 2 pontos
d) Pertinência, otimização e oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas;	de 0 a 2 pontos
e) Coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos demais itens do Estimativa de produtos e serviços publicitários (Plano de Comunicação).	de 0 a 2 pontos



GRP é a sigla usada para abreviar Gross Rating Points, ou pontos de audiência bruta em português.

Os GRP's são uma métrica relativa a audiência dos anúncios veiculados na televisão. Eles medem a intensidade da comunicação entre o anunciante e o seu público. A medição de GRP é feita pelo Kantar IBOPE Media. Ou seja, é a medida de audiência do IBOPE.

A agência apresenta GRP de 923,48, impacto de 420.324, com um Custo por mil (CPM) de R\$ 3.703,28 utilizando uma verba de R\$ 370.286,00 no meio TV.

O Custo Por Mil mede o maior retorno da aplicação do investimento, e qual o custo para atingir 1000 pessoas. Quanto menor o custo, mais bem aplicada é a verba.

Percebamos que a agência AGE teve nota da estratégia de mídia maior que a da agência ECLÉTICA, apesar de uma aplicação de verba bem menos eficiente.

Agência	CPM	GRP	Investimento	Impacto em pessoas
<b>AGE</b>	R\$ 3.703,28	923,48	R\$ 370.286,00	420.324
<b>ECLÉTICA</b>	R\$ 2.482,25	1.734,15	R\$ 296.110,00	2.158.838

A agência Eclética conseguiu um plano de mídia com um impacto mais de 5 vezes maior com 74 mil reais a menos, e ainda assim teve nota menor. Ou seja, há incompatibilidade da nota da agência que figura como segunda colocada, devendo assim ser revista em razão da pouca capacidade técnica demonstrada na aplicação dos recursos.

A agência atingiu 94,1 pontos, mas não condiz com a proposta apresentada, devendo a nota final ser reduzida pelo menos 10 pontos.

### 3.4 – Da desclassificação da proposta

O edital através de seu Termo de Referência estabelece que:

17.6 Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do Edital e de seus anexos;
- c) Obter pontuação 00 (zero) em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se refere o subitem 17.5.1.



A agência descumpre diretamente o exigido nos itens 17.5.1, a.2), 'd' e a.3, 'e' Termo de Referência, que exige a exequibilidade da proposta técnica o que resulta na sua direta desclassificação por aplicação do item 17.6, 'a' do Termo de Referência.

Descumpre também o item 17.2.1.3, c.8), I do Termo de Referência quando apresenta uma maior quantidade de peças corporificadas do que o permitido.

Também descumpre os itens 17.5.1, a.4), 'a', 'b', 'c', 'd' e 'e' do Termo de Referência o que resulta na sua direta desclassificação por aplicação do item 17.6, 'a' do Termo de Referência, por não demonstrar fundamentos técnicos no plano de comunicação por incoerência na simulação da estratégia de mídia e não mídia.

Além disso a agência também se encontra desclassificada por aplicação subsidiária do item 17.6, 'c' do Termo de Referência. Onde o descumprimento direto dos itens 17.5.1, a.2), 'd' e a.3, 'e' ; e, 17.5.1, a.4), 'a', 'b', 'c', 'd' e 'e' do Termo de Referência implica em nota ZERO nos seguintes quesitos:

17.5 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

17.5.1 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

a) Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos

**a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 25 (vinte e cinco) pontos**

Tópico	Pontuação
d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação da ANUNCIANTE;	de 0 a 4 pontos

**a.3) Ideia Criativa: 20 (vinte) pontos**

Tópico	Pontuação
e) A exequibilidade das peças;	de 0 a 2 pontos

**a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez) pontos**

Tópico	Pontuação
a) Raciocínio estratégico e tático;	de 0 a 2 pontos



b) Conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos;	de 0 a 2 pontos
c) Criatividade e conhecimento estratégia e na escolha dos meios;	de 0 a 2 pontos
d) Pertinência, otimização e oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas;	de 0 a 2 pontos
e) Coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos demais itens do Estimativa de produtos e serviços publicitários (Plano de Comunicação).	de 0 a 2 pontos

Por apresentar proposta inexecutável e sem fundamentos técnicos para a distribuição de mídia, a proposta técnica deixa de cumprir: *‘A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta’*; *‘A exequibilidade das peças’*; *‘Raciocínio estratégico e tático’*; *‘Conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos’*; *‘Criatividade e conhecimento estratégia e na escolha dos meios’*; *‘Pertinência, otimização e oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas’*; e, *‘Coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos demais itens da Estimativa de produtos e serviços publicitários (Plano de Comunicação)’*.

Todos estes itens que a agência não apresenta adequadamente, devem ter nota ZERO, o que significa desclassificação pela aplicação do item 17.6, ‘a’ do Termo de Referência.

Para além disso podemos calcular que a nota técnica devida para a agência com as devidas reduções dos itens não cumpridos, deve ser diminuída em 10 pontos. Resultando numa nota final, desclassificada, de 84,1 pontos.

Devendo assim a nota desclassificada ser ajustada para menor, para fins de manutenção do julgamento para questões das exigências do edital.

Ou seja, em resumo a agência se encontra desclassificada por descumprimento do item 17.6, ‘a’ do Termo de Referência; descumprimento do item 17.6, ‘c’ do Termo de Referência; e sofrer redução da nota final de 94,1 pontos para no máximo 84,1 pontos.

#### 4 - AGÊNCIA MIX, TEMA: ESSE PODER É SEU



#### **4.1 – Do descumprimento do item 17.2.1.4.3 do Termo de Referência**

Vejamos logo o que diz o item citado no tópico:

17.2.1.4.3 Nessa simulação:

a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere este item deverão ser os da tabela vigente na data de publicação do último Aviso de Licitação;

A agência apresenta 7 rádios com valores diferentes da tabela atualizada dos veículos para a data da publicação do edital. São elas:

- 105 Fm Paraíso
- Araguaia Araguaína
- CBN Palmas
- Conexão Palmas
- Conexão Dianópolis
- Jovem FM
- Rádio Meio Norte

Se há divergências entre os valores, ou seja, não correspondem, aos valores das tabelas da época da publicação do certame, significa que a agência descumpriu o item 17.2.1.4.3 do Termo de Referência.

#### **4.2 – Do descumprimento do item 17.2.1.4 do Termo de Referência**

O edital através de seu Termo de Referência estabelece que:

17.2.1.4 **Estratégia de Mídia e Não Mídia** - Constituída de:

b) Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.



O Plano de Comunicação da agência em nenhum momento, em especial na Estratégia de Mídia e Não Mídia, consta a simulação da distribuição de mídia TV e demais, como exige o item acima.

A ausência do plano de distribuição exigido torna impossível verificar a economicidade apresentada na proposta, assim como não é possível constatar que a programação utilizada foi construída com critérios adequados para alcançar o público-alvo descrito no briefing. O que descumpra diretamente item do edital e impacta ainda em todo o julgamento técnico da proposta.

Informa-se que para cumprimento do item 17.2.1.4.2 a agência apresenta um resumo geral. Mas este item não substitui o detalhamento exigido no item 17.2.1.4, não cumprindo assim o que exige o edital.

#### **4.3 – Da desclassificação da proposta**

O edital através de seu Termo de Referência estabelece que:

17.6 Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do Edital e de seus anexos;
- c) Obter pontuação 0 (zero) em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se refere o subitem 17.5.1.

A agência descumpra diretamente o exigido nos itens 17.2.1.4.3, 17.1 e 17.2.1.4 do Termo de Referência, o que resulta na sua direta desclassificação por aplicação do item 17.6, 'a' do Termo de Referência.

Além disso a agência também se encontra desclassificada por aplicação subsidiária do item 17.6, 'c' do Termo de Referência. Onde o descumprimento direto dos itens 17.2.1.4.3, 17.1 e 17.2.1.4 do Termo de Referência implica em nota ZERO nos seguintes quesitos:

17.5 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

17.5.1 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

- a) Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos



**a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 25 (vinte e cinco) pontos**

<b>Tópico</b>	<b>Pontuação</b>
f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a ANUNCIANTE, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no <i>Briefing</i> e a verba disponível.	de 0 a 5 pontos

**a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez) pontos**

<b>Tópico</b>	<b>Pontuação</b>
a) Raciocínio estratégico e tático;	de 0 a 2 pontos
b) Conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos;	de 0 a 2 pontos
c) Criatividade e conhecimento estratégia e na escolha dos meios;	de 0 a 2 pontos
d) Pertinência, otimização e oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas;	de 0 a 2 pontos
e) Coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos demais itens do Estimativa de produtos e serviços publicitários (Plano de Comunicação).	de 0 a 2 pontos

Uma vez que a agência usa tabela diferente da exigida para o certame, com preços defasados, e ainda não apresenta simulação detalhada da mídia, ela automaticamente deixa de comprovar: '*A capacidade de articular os conhecimentos sobre a ANUNCIANTE, o mercado no qual se insere*'; '*Raciocínio estratégico e tático*'; '*Conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos*'; '*Criatividade e conhecimento estratégia e na escolha dos meios*'; '*Pertinência, otimização e oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias*'; e, '*Coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos demais itens da Estimativa de produtos e serviços publicitários*'.

Todos estes itens que a agência não atende adequadamente, devem ter nota ZERO, o que significa que além de desclassificação pela aplicação do item 17.6, 'a' do Termo de Referência, a agência também deve ser desclassificada pela aplicação do item 17.6, 'c' do Termo de Referência.

Para além disso podemos calcular que a nota técnica devida para a agência com as devidas reduções dos itens não cumpridos, deve ser diminuída em 15 pontos. Resultando numa nota final, desclassificada, de 77,4 pontos.



Considerando que a agência não pontuou maximamente em todos os itens, ainda assim teríamos uma diminuição mínima da nota, já desclassificada, de 92,4 pontos para 83,4 pontos.

Devendo assim a nota desclassificada ser ajustada para menor, para fins de manutenção do julgamento para questões das exigências do edital.

Ou seja, em resumo a agência se encontra desclassificada por descumprimento do item 17.6, 'a' do Termo de Referência; descumprimento do item 17.6, 'c' do Termo de Referência; e sofrer redução da nota final de 92,4 pontos para no máximo 83,4 pontos.

## **5 - AGÊNCIA DESIGUAL, TEMA: ISSO ME REPRESENTA**

### **5.1 – Do descumprimento do item 17.2.1.4 do Termo de Referência**

O edital através de seu Termo de Referência estabelece que:

17.2.1.4 **Estratégia de Mídia e Não Mídia** - Constituída de:

- b) Simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

O Plano de Comunicação da agência em nenhum momento, em especial na Estratégia de Mídia e Não Mídia, consta a simulação da distribuição de mídia TV e demais, como exige o item acima.

A ausência do plano de distribuição exigido torna impossível verificar a economicidade apresentada na proposta, assim como não é possível constatar que a programação utilizada foi construída com critérios adequados para alcançar o público-alvo descrito no briefing. O que descumpra diretamente o item do edital e impacta ainda em todo o julgamento técnico da proposta.

Informa-se que para cumprimento do item 17.2.1.4.2 a agência apresenta um resumo geral. Mas este item não substitui o detalhamento exigido no item 17.2.1.4, não cumprindo assim o que exige o edital.

### **5.2 – Da desclassificação da proposta**



O edital através de seu Termo de Referência estabelece que:

17.6 Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do Edital e de seus anexos;
- c) Obter pontuação 0 (zero) em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se refere o subitem 17.5.1.

A agência descumpra diretamente o exigido nos itens 17.2.1.4.3, 17.1 e 17.2.1.4 do Termo de Referência, o que resulta na sua direta desclassificação por aplicação do item 17.6, 'a' do Termo de Referência.

Além disso a agência também se encontra desclassificada por aplicação subsidiária do item 17.6, 'c' do Termo de Referência. Onde o descumprimento direto dos itens 17.2.1.4.3, 17.1 e 17.2.1.4 do Termo de Referência implica em nota ZERO nos seguintes quesitos:

17.5 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

17.5.1 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

a) Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos

a.2) **Estratégia de Comunicação Publicitária: 25 (vinte e cinco) pontos**

Tópico	Pontuação
f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a ANUNCIANTE, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no <i>Briefing</i> e a verba disponível.	de 0 a 5 pontos

a.4) **Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez) pontos**

Tópico	Pontuação
a) Raciocínio estratégico e tático;	de 0 a 2 pontos
b) Conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos;	de 0 a 2 pontos



c) Criatividade e conhecimento estratégia e na escolha dos meios;	de 0 a 2 pontos
d) Pertinência, otimização e oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas;	de 0 a 2 pontos
e) Coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos demais itens do Estimativa de produtos e serviços publicitários (Plano de Comunicação).	de 0 a 2 pontos

Uma vez que não há detalhamento da simulação, diferente do exigido para o certame, a agência automaticamente deixa de comprovar: *'A capacidade de articular os conhecimentos sobre a ANUNCIANTE, o mercado no qual se insere'; 'Raciocínio estratégico e tático'; 'Conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos'; 'Criatividade e conhecimento estratégia e na escolha dos meios'; 'Pertinência, otimização e oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias'; e, 'Coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos demais itens do Estimativa de produtos e serviços publicitários'.*

Todos estes itens que a agência não comprova adequadamente, devem ter nota ZERO, o que significa que além de desclassificada pela aplicação do item 17.6, 'a' do Termo de Referência, a agência também deve ser desclassificada pela aplicação do item 17.6, 'c' do Termo de Referência.

Para além disso podemos calcular que a nota técnica devida para a agência com as devidas reduções dos itens não cumpridos, deve ser diminuída em 15 pontos. Resultando numa nota final, desclassificada, de 77 pontos.

Considerando que a agência não pontuou maximamente em todos os itens, ainda assim teríamos uma diminuição mínima da nota, já desclassificada, de 92 pontos para 83 pontos.

Devendo assim a nota desclassificada ser ajustada para menor para fins de manutenção do julgamento para questões das exigências do edital.

Ou seja, em resumo a agência se encontra desclassificada por descumprimento do item 17.6, 'a' do Termo de Referência; descumprimento do item 17.6, 'c' do Termo de Referência; e sofrer redução da nota final de 92 pontos para no máximo 83 pontos.



## **6 - AGÊNCIA ART, TEMA: NA SUA VIDA TEM ALETO**

### **6.1 – Do descumprimento do item 17.2.1.4.3 do Termo de Referência**

Vejamos logo o que diz o item citado no tópico:

17.2.1.4.3 Nessa simulação:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere este item deverão ser os da tabela vigente na data de publicação do último Aviso de Licitação;

Foi identificado através do horário dos programas citados na distribuição de TV, que a agência utilizou a tabela diferente da exigida para a data da publicação do certame, o que está em desacordo com o que exige o edital. Por exemplo, no sábado foi apresentado o 'Balanço Geral', porém na tabela vigente não consta esse programa para os sábados.

Os valores do SBT não coincidem com nenhuma tabela (Araguaína, Gurupi e Palmas).

Os valores da Band não coincidem com a tabela vigente.

Ou seja, se os valores não correspondem às tabelas da época da publicação do certame, significa que a agência descumpriu o item 17.2.1.4.3 do Termo de Referência.

### **6.2 – Da incompatibilidade da pontuação técnica do plano de mídia com a real aplicação do recurso**

A agência recorrida gozou de nota técnica alta considerando seu plano de comunicação como um todo, incluindo o planejamento de mídia.

17.5 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

17.5.1 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:



a) Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos

**a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez) pontos**

<b>Tópico</b>	<b>Pontuação</b>
a) Raciocínio estratégico e tático;	de 0 a 2 pontos
b) Conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos;	de 0 a 2 pontos
c) Criatividade e conhecimento estratégia e na escolha dos meios;	de 0 a 2 pontos
d) Pertinência, otimização e oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas;	de 0 a 2 pontos
e) Coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos demais itens do Estimativa de produtos e serviços publicitários (Plano de Comunicação).	de 0 a 2 pontos

GRP é a sigla usada para abreviar Gross Rating Points, ou pontos de audiência bruta em português.

Os GRP 's são uma métrica relativa a audiência dos anúncios veiculados na televisão. Eles medem a intensidade da comunicação entre o anunciante e o seu público. A medição de GRP é feita pelo Kantar IBOPE Media. Ou seja, é a medida de audiência do IBOPE.

A agência atingiu 88,7 pontos, mas não condiz com a proposta apresentada, devendo a nota final ser reduzida pelo menos 10 pontos.

A agência apresenta GRP de 1.001,11, impacto de 351.583, com um Custo por mil (CPM) de R\$ 16.417,35 utilizando uma verba de R\$ 218.228,53 no meio TV.

O Custo Por Mil mede o maior retorno da aplicação investimento, e qual o custo para atingir 1000 pessoas. Quanto menor o custo, mais bem aplicada é a verba.

Percebamos que a agência ART teve nota da estratégia de mídia maior que a da agência ECLÉTICA, apesar de uma aplicação de verba bem menos eficiente.

<b>Agência</b>	<b>CPM</b>	<b>GRP</b>	<b>Investimento</b>	<b>Impacto em pessoas</b>
<b>ART</b>	R\$ 16.417,35	1.001,11	R\$ 218.228,53	351.583
<b>ECLÉTICA</b>	R\$ 2.482,25	1.734,15	R\$ 296.110,00	2.158.838



A agência ART apresenta o maior Custo por Mil de todos, mostrando total desconhecimento do objeto mídia.

A agência Eclética conseguiu um plano de mídia com um impacto mais de 6 vezes maior com o menor Custo por Mil, e ainda assim teve nota menor. Ou seja, há incompatibilidade da nota da agência que figura como quinta colocada, devendo assim ser revista em razão da incapacidade técnica da aplicação de recursos.

### 6.3 – Da desclassificação da proposta

Vejamos o que diz a resposta de esclarecimento de 28 de dezembro de 2023 sobre mídia programática;

*De acordo com a alínea “a” e “e” do item 17.2.1.4.3 do Edital, entendemos que em virtude de as plataformas digitais não possuírem Tabelas de Preços, tipo: Google, Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter e Youtube, **não será permitida a compra de mídia programática, através de trandig.***

**PERGUNTA: Nosso entendimento está correto?**

**Resposta: O entendimento está correto.**

Ou seja, fica expressamente proibida o uso de mídia programática. O que não respeitou a agência, restando assim desclassificada a proposta.

### 6.4 – Da desclassificação da proposta

O edital através de seu Termo de Referência estabelece que:

17.6 Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do Edital e de seus anexos;
- c) Obter pontuação 00 (zero) em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se refere o subitem 17.5.1.

A agência descumpra diretamente o exigido nos itens 17.2.1.4.3, 17.1 e 17.2.1.4 do Termo de Referência, o que resulta na sua direta desclassificação por aplicação do item 17.6, ‘a’ do Termo de Referência.



Além disso a agência também se encontra desclassificada por aplicação subsidiária do item 17.6, 'c' do Termo de Referência. Onde o descumprimento direto dos itens 17.2.1.4.3, 17.1 e 17.2.1.4 do Termo de Referência implica em nota ZERO nos seguintes quesitos:

17.5 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

17.5.1 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

a) Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos

a.2) **Estratégia de Comunicação Publicitária: 25 (vinte e cinco) pontos**

Tópico	Pontuação
f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a ANUNCIANTE, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no <i>Briefing</i> e a verba disponível.	de 0 a 5 pontos

a.4) **Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez) pontos**

Tópico	Pontuação
a) Raciocínio estratégico e tático;	de 0 a 2 pontos
b) Conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos;	de 0 a 2 pontos
c) Criatividade e conhecimento estratégia e na escolha dos meios;	de 0 a 2 pontos
d) Pertinência, otimização e oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas;	de 0 a 2 pontos
e) Coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos demais itens do Estimativa de produtos e serviços publicitários (Plano de Comunicação).	de 0 a 2 pontos

Uma vez que a agência usa tabela diferente da exigida para o certame e ainda não apresenta simulação detalhada da mídia, ela automaticamente deixa de comprovar: 'A capacidade de articular os conhecimentos sobre a ANUNCIANTE, o mercado no qual se insere'; 'Raciocínio estratégico e tático'; 'Conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos'; 'Criatividade e conhecimento estratégia e na escolha dos meios'; 'Pertinência, otimização e



*oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias'; e, 'Coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos demais itens da Estimativa de produtos e serviços publicitários'.*

Todos estes itens que a agência não comprova adequadamente, devem ter nota ZERO, o que significa que além de desclassificação pela aplicação do item 17.6, 'a' do Termo de Referência, a agência também deve ser desclassificada pela aplicação do item 17.6, 'c' do Termo de Referência.

Para além disso podemos calcular que a nota técnica devida para a agência com as devidas reduções dos itens não cumpridos, deve ser diminuída em 15 pontos. Resultando numa nota final, desclassificada, de 73,4 pontos.

Considerando que a agência não pontuou maximamente em todos os itens, ainda assim teríamos uma diminuição mínima da nota, já desclassificada, de 88,7 pontos para 79,7 pontos.

Devendo assim a nota desclassificada ser ajustada para menor, para fins de manutenção do julgamento para questões das exigências do edital.

Ou seja, em resumo a agência se encontra desclassificada por descumprimento de esclarecimento do dia 28 de dezembro de 2023; do item 17.6, 'a' do Termo de Referência; descumprimento do item 17.6, 'c' do Termo de Referência; e sofrer redução da nota final de 88,7 pontos para no máximo 79,7 pontos.

## **7 - AGÊNCIA ECLÉTICA, TEMA: ALETO, PRESENTE NAS CONQUISTAS DA NOSSA GENTE**

A agência Eclética apesar de ter cumprido o edital e apresentado a melhor proposta técnica, teve sua nota baixa, apesar das provas nos autos do processo.

Eclética apresenta uma mídia com GRP de 1.734,15, impacto de 2.158.838, com Custo por mil (CPM) de R\$2.482,25 utilizando uma verba de R\$296.110,00 no meio TV.

Agência	CPM	GRP	Investimento	Impacto em pessoas
ART	R\$ 16.417,35	1.001,11	R\$ 218.228,53	351.583
AGE	R\$ 3.703,28	923,48	R\$ 370.286,00	420.324
<b>ECLÉTICA</b>	<b>R\$ 2.482,25</b>	<b>1.734,15</b>	<b>R\$ 296.110,00</b>	<b>2.158.838</b>



Apesar de demonstrar um alcance maior de seu plano de mídia, 6 vezes maior que ART agência e 5 vezes maior que AGE agência, a Eclética teve nota inferior às outras agências.

Essa incongruência não pode persistir, obrigando a administração a corrigir seu erro quanto à classificação da Eclética, em detrimento das agências que não comprovam a eficiência de seus planos de mídias.

Assim pede-se a ampliação da pontuação desta recorrente no valor de 10 pontos do devido julgamento de mídia e não mídia, fazendo assim o valor correto de sua classificação ser o seguinte: 98,1 pontos. E então sua classificação no certame seria alterada para o justo primeiro lugar.

## **8 – DA CORREÇÃO DOS ATOS**

A administração pública pode e deve corrigir seus atos por questão de conveniência e legalidade.

Vejamos o que o edital diz:

22.10 – A Comissão poderá inabilitar ou desclassificar as licitantes vencedoras, até a assinatura do contrato, por despacho fundamentado, sem direito a indenização ou ressarcimento e sem prejuízo de outras sanções cabíveis, se vier a ter conhecimento de fato ou circunstância anterior ou posterior ao julgamento final da licitação que desabone a habilitação jurídica, as qualificações técnica e econômico-financeira e a regularidade fiscal do licitante. Neste caso, a Comissão convocará os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, restabelecendo a sessão nos termos do item 10.2.

Assim, a administração sendo comunicada destas irregularidades por meios deste recurso, por força da legalidade, deve corrigir as classificações de acordo com o que foi comprovado nos autos.

## **9 – DO PEDIDO**

São muitas incongruências e vícios, que pelo exercício da legalidade devem ser revistas e corrigidas, com a necessária desclassificação de propostas.

Após tudo exposto e comprovado requeremos:

1. Que seja recebido e provido este recurso, e que seja deferido em sua integralidade;

contatos e localizações

Escaneie para ver nossos



[www.ecletica.net](http://www.ecletica.net)



2. Que as notas técnicas sejam reformadas de acordo com os critérios objetivos do edital e na Lei, de acordo com o que foi exposto;
3. Que as notas técnicas desta recorrente sejam revistas para cima de acordo com a eficiência de seu plano de mídia em detrimento das outras;
4. Que sejam desclassificadas as empresas DIGITAL; AGE; MIX; DESIGUAL; ART&C, por descumprimento do item 17.6, 'a' do Termo de Referência; descumprimento do item 17.6, 'c' do Termo de Referência.
5. Que para fins de classificação legal, todas as pontuações sejam revistas de acordo com o que foi demonstrado em cada um dos itens deste recurso.

É o que se requer e nestes termos se pede deferimento.

São Paulo - SP, 18 de março de 2024.

PAULO ROBERTO  
COSTA  
VIANA:39517721315

Assinado de forma digital por  
PAULO ROBERTO COSTA  
VIANA:39517721315  
Dados: 2024.03.20 12:16:57  
-03'00'

Eclética Comunicação Ltda.  
CNPJ.: 02.052.682/0002-92