

DESPACHO CPL Nº 038/2024 – COLIC/CIGÁS

Processo: LICITAÇÃO CIGÁ PRESENCIAL Nº 001/2024 – CPL/CIGÁS

Assunto: Decisão de recurso administrativo interposto pela empresa DIGITAL COMUNICACAO LTDA.

Trata-se do LICITAÇÃO CIGÁ PRESENCIAL Nº 001/2024 – CPL/CIGÁS, para **CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA PRESTAR SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL E DE PRODUTO, A PARTIR DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEITUAÇÃO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, INTERMEDIACÃO E SUPERVISÃO DE COMPRA E VEICULAÇÃO DE MÍDIA COM O INTUITO DE PROMOVER A VENDA DE BENS OU SERVIÇOS, DE DIFUNDIR IDEIAS E INICIATIVAS QUE MELHOREM A IMAGEM DA CIGÁS, BEM COMO INFORMAR AO PÚBLICO EM GERAL POR FORMAS INOVADORAS DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA E EM CONSONÂNCIA COM AS MÍDIAS DIGITAIS E AS NOVAS TECNOLOGIAS, PARA ATENDER DEMANDAS DA COMPANHIA DE GÁS DO AMAZONAS (CIGÁS)**, conforme condições e especificações técnicas constantes no Edital e seus Anexos.

Ao final da sessão do dia 11/07/2024, a empresa DIGITAL COMUNICAÇÃO LTDA. manifestou a intenção de recurso, tendo apresentado as razões tempestivamente.

No recurso apresentado pela empresa, foi manifestada a sua insatisfação não terem alcançado a pontuação mínima de 71,5 pontos, tornando-a desclassificada. Alegando, ainda, que a proposta técnica e a classificação da agência THERA PUBLICIDADE LTDA mereceria ser reavaliadas. Diante disso, a empresa DIGITAL COMUNICAÇÃO LTDA apresentou alguns questionamentos pertinentes às notas atribuídas ao seu plano de comunicação e concedidas à licitante THERA PUBLICIDADE LTDA, bem assim como, ao seu ver, argumentos sólidos à reconsideração dos pontos por ela alcançados nos Quesitos do certame. Além disso, foi alegado que algumas questões foram resumidas a equívocos interpretativos e à aplicação correta dos termos do edital, do regulamento interno de licitações, na qual foi apresentada na peça recursal anexada a este processo licitatório.

A empresa THERA PUBLICIDADE LTDA, por sua vez, apresentou sua contrarrazão em relação às manifestações da empresa DIGITAL.

Por tratar-se de teor meramente técnico, a Comissão Permanente de Licitação submeteu à Subcomissão Técnica as alegações das empresas recorrentes.

Da análise da Subcomissão Técnica.



Apresentação de suas considerações detalhadas, abordando cada ponto com descrito a seguir:

1. RACIOCÍNIO BÁSICO

1.1. JULGADOR 01

1.1.1. Subquesto a)

A Recorrente discorda do julgamento e pontuação dada pelo Julgador 01 e alega que, como uma sociedade de economia mista, a Cigás está diretamente envolvida com o governo local, estando sujeita a uma série de regulamentações que influenciam sua operação. Destaca que a função política da Cigás é de extrema importância estratégica para o desenvolvimento regional, conforme explicado no edital. Este papel não apenas sustenta a infraestrutura regional, mas também fortalece o impacto socioeconômico da empresa na região. **Dessa forma, solicita a reavaliação da nota atribuída.**

Resposta da Subcomissão Técnica

Considerando o que se pede no subquesto *“a) das funções e do papel da CIGÁS nos contextos social, político e econômico;”*, esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA a ESTE SUBQUESTO**. A decisão baseia-se na avaliação de que a explicação apresentada pela Licitante para atendimento ao quesito foi considerada pelo Julgador como genérica e abrangente e não conseguiu retratar de forma clara como a empresa se envolve na política e influencia as decisões do governo local especificamente.

1.1.2. Subquesto b)

A Licitante contraria o julgamento do Julgador 01 e alega que seu plano de comunicação segmenta eficazmente os públicos e fornece canais específicos para cada grupo. Argumenta que em seu Raciocínio Básico, mostra que a CIGÁS mantém uma rede de comunicação transparente, disponibilizando informações amplas através de seu site oficial e outros canais, como um portal intranet para o público interno e ouvidoria, revista semestral, e redes sociais para o público externo. Ressalta que essas iniciativas demonstram o compromisso da empresa com todos os agentes envolvidos, **solicitando uma reavaliação da nota** baseando-se na abrangência e eficácia de sua estratégia de comunicação.

Resposta da Subcomissão Técnica

Considerando o que se pede no subquesto *“b) da natureza, da extensão e das qualidades das relações da CIGÁS com seus públicos;”*, esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA COM BASE NA AVALIAÇÃO DO JULGADOR 01**, tendo em vista que o Julgador observou que não foi demonstrada de forma objetiva como tais instrumentos contribuem para promover a qualidade das



relações da CIGÁS com seus públicos, limitando-se tão somente a uma menção ao disposto no Briefing para a Campanha.

1.1.3. Subquesto c)

A Recorrente discorda do julgamento e pontuação dada pelo Julgador 01, salientando em sua defesa trechos do Raciocínio Básico que comprovam o sucesso da Cigás em suas diversas áreas de atuação. Argumentando que a Cigás demonstrou eficácia nas estratégias de comunicação, impactando positivamente os públicos-alvo do edital. Destaca, ainda, projetos de recapeamento asfáltico que reduziram impactos ambientais, o “Projeto Varejo” que beneficiou comércios e residências, e uma campanha que aumentou significativamente o consumo de gás. Baseando-se nesses resultados, a Recorrente **solicita a reavaliação da nota.**

Resposta da Subcomissão Técnica

Considerando o que se pede no subquesto “c) *das características da Cigás e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária*”, esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA A ESTE SUBQUESTO**, tendo em vista que, de acordo com avaliação do Julgador, a Licitante não conseguiu articular de forma adequada exemplos de sucesso que demonstrem sua utilização na comunicação publicitária. Embora a empresa consiga descrever as ações da CIGÁS, ela não demonstra como o resultado das ações se convertem em ganhos para as estratégias de comunicação.

1.1.4. Subquesto d)

A Recorrente discorda do julgamento e da nota atribuída, destacando a eficácia de sua comunicação através de canais como site oficial, intranet, mídia indoor, e redes sociais, que reforçam seu compromisso com a transparência e o envolvimento de todos os stakeholders. Informa que reconhece a necessidade de aprimorar a comunicação estratégica para melhor promover a imagem institucional da Cigás e os benefícios do gás natural. Solicita, portanto, **a reavaliação da nota deste subquesto.**

Resposta da Subcomissão Técnica

Considerando o que se pede no subquesto “d) *das necessidades de comunicação da CIGÁS para enfrentar o desafio de comunicação*.”, esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA COM BASE NA AVALIAÇÃO DO JULGADOR 01**, tendo em vista que o Julgador considerou que a defesa da Licitante careceu de detalhes suficientes ou explicações aprofundadas sobre como a CIGÁS lida com os problemas de comunicação apresentados, o que, comprometeu a articulação



do raciocínio ao descrever os canais de comunicação da Companhia sem mencionar, de forma clara, de que forma isso se concatena com os desafios de comunicação da empresa.

1.2. JULGADOR 02

1.2.1. Subquesto b)

A Recorrente discorda do julgamento e da nota atribuída, destacando, em sua alegação, iniciativas concretas que, segunda ela, reforçam o engajamento com diversos públicos: um plantão de vendas no Polo Industrial de Manaus; o “Projeto Varejo” em Manaus; e uma campanha de incentivo em 2015. Segundo a Recorrente, essas ações demonstram os investimentos significativos e os resultados positivos alcançados pela Cigás, contrariando as avaliações do Julgador. **Ela solicita, portanto, a reavaliação da nota atribuída a este item.**

Resposta da Subcomissão Técnica

Considerando o que se pede no subquesto “b) da natureza, da extensão e das qualidades das relações da CIGÁS com seus públicos;”, esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA A ESTE SUBQUESTO**, tendo em vista que o Julgador observou que não foram pontuadas informações cruciais dispostas no Briefing, como por exemplo, a presença da CIGÁS em outros segmentos de mercado e como contribui para a diversificação de seu público, fator preponderante para a compreensão da abrangência da atuação da empresa. Portanto, no entendimento do Julgador, a empresa não conseguiu explicar de forma adequada as relações da Cigás com seus públicos.

1.2.2. Subquesto c)

A Recorrente discorda do julgamento e **solicita a reavaliação da nota** atribuídos pelo Julgador 02, destacando a importância do gás natural produzido pela CIGÁS como uma energia limpa e a sua contribuição substancial à sustentabilidade ambiental. Informa que a empresa fornece energia vital para áreas remotas e impulsiona a economia local através do abastecimento de termelétricas, e também fomenta a geração de emprego e renda em diversos setores. Esses fatores, segundo a recorrente, justificam a revisão da avaliação recebida.

Resposta da Subcomissão Técnica



Considerando o que se pede no subquesto “c) das características da CIGÁS e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária”, esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA A ESTE SUBQUESTO**, tendo em vista que o Julgador considerou que as informações apresentadas não foram suficientemente detalhadas para justificar uma nota máxima. Sendo necessário que os detalhes sobre a Cigás e o seus produtos disponíveis no Briefing fossem mais bem explorados.

1.2.3. Subquesto d)

A Recorrente discorda do Julgador 02 e **solicita a reavaliação da nota atribuída**, enfatizando que o plano estratégico de comunicação, a construção de conteúdos, a linha criativa e as técnicas de comunicação publicitária empregadas na campanha são elementos específicos do tópico “estratégia de Comunicação”, pertencentes a outra seção do plano. Assim **reitera a necessidade de reavaliação do quesito em questão**.

Resposta da Subcomissão Técnica

Considerando o que se pede no subquesto “d) das necessidades de comunicação da CIGÁS para enfrentar o desafio de comunicação.”, esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA A ESTE SUBQUESTO**, uma vez que o Julgador informou que, apesar da defesa apresentada para atendimento do subquesto, não deixou claro quais seriam as estratégias adotadas pela CIGÁS para enfrentamento dos problemas de comunicação. Também não foi demonstrado como a CIGÁS utiliza suas estratégias de comunicação para atingimento dos seus objetivos, nem como isso pode ser potencializado por meio de uma campanha publicitária ou um plano claro de comunicação que potencialize os benefícios do serviço que a Companhia presta.

1.3. JULGADOR 03

1.3.1. Subquesto b)

A Recorrente discorda do Julgador 03 e **solicita reavaliação da nota**, destacando que mencionou os canais de comunicação atuais da CIGÁS com o público externo, como ouvidoria, revista semestral, site institucional, newsletter e redes sociais. Informa que detalhes adicionais sobre os planos futuros de comunicação estão especificados no tópico “estratégia de comunicação” do plano. Desta forma, **solicita a reconsideração da avaliação neste quesito**.

Resposta da Subcomissão Técnica



Considerando o que se pede no subquesto “b) *da natureza, da extensão e das qualidades das relações da CIGÁS com seus públicos;*”, esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA A ESTE SUBQUESTO**. O Julgador observou que, embora a Licitante tenha destacado a necessidade de interação com diversos públicos, não conseguiu demonstrar de forma clara e objetiva a interação com esses públicos, o que favorece a comunicação. Para o Julgador, essa harmonização entre o serviço prestado pela Companhia e a forma como os relacionamentos firmados podem se reverter em ganhos comunicacionais é primordial para fortalecer o raciocínio básico da campanha apresentada. Sendo assim, a nota e justificativa indicadas são pertinentes ao subquesto.

1.3.2. Subquesto d)

A Recorrente discorda do Julgador 03 e **solicita a reavaliação da nota**, alegando que abordou as necessidades de comunicação exigidas. Afirma que enfatizou a importância de uma comunicação estratégica para promover a imagem da CIGÁS, seus valores e benefícios econômicos, além de fortalecer o vínculo com a comunidade amazonense. Informa que as “ideias inovadoras” mencionadas estão detalhadas nas estratégias de comunicação, não sendo pertinentes ao Raciocínio Básico. Portanto, **solicita a reconsideração da avaliação com base nos argumentos apresentados**.

Resposta da Subcomissão Técnica

Considerando o que se pede no subquesto “d) *das necessidades de comunicação da CIGÁS para enfrentar o desafio de comunicação.*”, esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA A ESTE SUBQUESTO**, uma vez que o Julgador informou que as explicações apresentadas pela Licitante não foram suficientes para explicitar como essa comunicação estratégica se apresenta como uma solução adequada para o problema de comunicação. Ao mencionar “ideias inovadoras”, o Julgador se refere às perspectivas diferenciadas sobre o problema de comunicação enfrentado pela Cigás e como essas percepções contribuem para otimizar o processo comunicacional da empresa com seus públicos de interesse. Dessa maneira, entende-se que a nota atribuída está coerente com o que se pede no subquesto mencionado.



2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

2.1. JULGADOR 01

2.1.1. Subquesto a)

A Recorrente discorda do julgamento e **solicita a reavaliação da nota** no item “a)” da Estratégia de Comunicação Publicitária, onde alega que o Julgador 01 entrou em contradição. Ela afirma que o julgador reconhece o destaque ao compromisso da CIGÁS com o crescimento sustentável do Amazonas, mas critica a falta de ênfase na importância da empresa para a economia e o meio ambiente. Afirma também que esses pontos foram abordados tanto no Raciocínio Básico quanto na construção do conceito da defesa. A Recorrente **solicita a reconsideração da avaliação deste quesito**.

Resposta da Subcomissão Técnica

Considerando o que se pede no subquesto “a) *a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CIGÁS e a seu desafio de comunicação;*”, esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA A ESTE SUBQUESTO**, considerando que a discussão deste item se dá em torno do partido temático apresentado. Para o Julgador, a adequação do partido temático à natureza e à qualificação da CIGÁS ficou comprometida uma vez que a defesa de alguns aspectos mencionados na estratégia ficou confusa e não ressaltou de forma clara a relevância da CIGÁS para a economia e o meio ambiente do Amazonas, levando à atribuição de uma nota média.

2.1.2. Subquesto b)

A Recorrente discorda do Julgador 01 no item “b)” da Estratégia de Comunicação Publicitária, que justificou a pontuação mínima (2,0). Ela alega que o critério de avaliação para o partido temático e conceito foca na “consistência lógica e na pertinência da argumentação”, e não exige a apresentação de dados numéricos, conforme o briefing. Alega, ainda, que qualquer dado relevante sobre os benefícios econômicos da CIGÁS já foi mencionado no Raciocínio Básico. Desta forma, reitera que a defesa do conceito não deveria ser penalizada por não incluir novamente esses números. Sendo assim, **solicita, uma reavaliação da nota neste item**.

Resposta da subcomissão Técnica

Considerando o que se pede no subquesto “b) *a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;*”, esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA A ESTE SUBQUESTO**, pois, o Julgador considerou



que, em se tratando de benefícios econômicos diretos, a inclusão de dados quantitativos pode potencializar substancialmente o resultado da comunicação e trazer mais força para o partido temático apresentado. O impulsionamento da economia, por exemplo, só é eficaz quando acompanhado de estatísticas que possam materializar esse impulso, se não o argumento fica vazio e compromete a eficácia da mensagem e da argumentação, o que resultou na nota mínima aplicada pelo Julgador à Licitante.

2.1.3. Subquestos b) e c)

A Recorrente discorda das avaliações baixas recebidas e solicita reavaliação das notas nos itens “b” e “c” da Estratégia de Comunicação Publicitária. Em suas alegações, detalha como os benefícios do gás natural podem afetar positivamente a vida das pessoas e o impacto causado no cotidiano dos diferentes públicos-alvo da campanha. Além disso, apresenta desdobramentos do conceito proposto, segunda ela, bem fundamentados, em relação à linha criativa para a comunicação da CIGÁS, conforme exigido no Briefing. Considerando estes pontos, **solicita a reavaliação da nota nestes itens.**

Resposta da Subcomissão Técnica

Considerando o que se pede no subquesto “b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;”, esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA A ESTE SUBQUESTO**, uma vez que, segundo o Julgador 03, a empresa não detalhou de forma satisfatória todos os aspectos que impactam na vida das pessoas, e embora tenha mencionado alguns, não justifica a revisão da nota. Quanto ao subquesto “c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da cigás com seus públicos.”, o Julgador 03 observou que os desdobramentos apresentados a partir do conceito proposto traduzem de forma superficial os impactos na vida cotidiana dos segmentos da população. Considerando que a Companhia tem diversos públicos, esta superficialidade compromete a compreensão do sucesso da mensagem, não sendo possível, atribuir nota média ou máxima para este subquesto. Já o Julgador 01 indicou que as informações repassadas para atendimento ao subquesto “c)” foram insuficientes, não considerando benefícios para públicos como o termoelétrico.

2.2. JULGADORES 01 e 03

2.2.1. Subquesto d)

A Recorrente discorda das pontuações mínimas atribuídas pelos julgadores 01 e 03 sobre a adequação e exequibilidade da estratégia. Ela alega que consideraram equivocadamente que as peças propostas eram majoritariamente digitais, sem considerar a variedade de meios de comunicação planejados. A



Recorrente alega ainda que a estratégia abrangeu diferentes mídias, incluindo mídias *Off* como filmes, spots de rádio, anúncios de jornal e outdoors, além de mídias *On*, para garantir cobertura nas regiões menos desenvolvidas. Desta forma, **solicita a reavaliação deste item.**

Resposta da Subcomissão Técnica

Considerando o que se pede no subquesto “d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação da CIGÁS;”, esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA A ESTE SUBQUESTO**. De acordo com o Julgador 01, as informações apresentadas são superficiais e não são suficientes para assegurar que a estratégia de comunicação serve para sanar o desafio. De igual modo, o Julgador 03 pontuou que manterá a nota, pois entende que não foram consideradas as particularidades do Amazonas, dentro da proposta apresentada pela Licitante, fator que comprometeu a eficácia da implementação da estratégia.

2.3 JULGADOR 03

2.3.1 Subquesto e)

A Recorrente alega que há um equívoco na justificativa dada pelo Julgador 03. Em sua defesa inclui detalhes de como as técnicas serão aplicadas para alcançar os objetivos. Destaca ainda que abordam as técnicas aplicadas e a implementação completa da Campanha. Diante disso, **solicita uma reavaliação deste julgamento.**

Resposta da Subcomissão Técnica

Considerando o que se pede no subquesto “e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;”, esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA A ESTE SUBQUESTO**, uma vez que, o Julgador considera que não foi possível perceber uma consistência lógica na seleção dos veículos em relação à estratégia de comunicação e seus segmentos de mercado existentes, mesmo que para a Licitante tenha apresentado esses itens. Para o avaliador, o descritivo apresentado não fornece subsídios suficientes para assegurar a implementação da estratégia de comunicação publicitária proposta. Por exemplo, em determinado trecho, a Licitante trata do público de forma genérica, com veiculação em painéis de LED, utilizando a mesma peça para informar aos segmentos específicos, ficando, portanto, confuso o entendimento.



3. IDEIA CRIATIVA

3.1. Julgador 01

3.1.1. Subitem a)

A Recorrente discorda da justificativa do Julgador 01 que atribuiu uma pontuação média sob a alegação de que não foi dada atenção à inovação tecnológica como ponto chave da marca CIGÁS. Alega, também, que o briefing não exige isso, e que não há menção ou exigência de que a inovação tecnológica deve ser um ponto central da marca CIGÁS nesta campanha. Dessa forma, **solicita a reavaliação da nota neste item.**

Resposta da Subcomissão Técnica

Considerando o que se pede no subquesto *“a) sua adequação ao desafio de comunicação da CIGÁS;”*, esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA A ESTE SUBQUESTO**, uma vez que o avaliador entende que o produto que a CIGÁS oferece é parte de uma solução energética que pode ser vista como uma inovação tecnológica em vários processos produtivos. O Briefing serve como parâmetro para o planejamento da campanha publicitária. Conforme mencionado na justificativa anterior, a Licitante demonstrou compreender o desafio de comunicação presente no Briefing, mas não conseguiu trazer este aspecto do produto e do serviço para a defesa e comprometeu o atingimento da nota máxima.

3.1.2. Subitem g)

A Recorrente alega que o briefing não especifica um foco no gás natural para pequenas empresas.

Resposta da Subcomissão Técnica

Considerando o que se pede no subquesto *“g) sua pertinência às atividades da CIGÁS e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;”*, esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA A ESTE SUBQUESTO**, pois o Julgador 01 considera que a Licitante não levou em conta os pequenos consumidores de gás que podem estar presentes nos mais variados segmentos, tais como comercial, residencial ou veicular e que de alguma forma, podem ser contemplados.

3.1.3. Subitem j)

A Recorrente alega que o Briefing não exige foco em pequenos consumidores de gás e que as ações apresentadas foram congruentes com a estratégia da campanha, cumprindo os requisitos do edital. Alega também que cumpriu a exigência de atingir o público-alvo e **solicita a reavaliação da nota**, argumentando que a avaliação pela Comissão Julgadora resultou injustamente na redução de pontos, impedindo o



alcance da nota máxima. Com base nisso, a Recorrente **pede a revisão da pontuação** para garantir justiça e equidade.

Resposta da Subcomissão Técnica

Considerando o que se pede no subquesto “j) *a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.*”, esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA A ESTE SUBQUESTO**, considerando que o Julgador 01 observou que a Licitante não deixou de forma clara que se preocupou com o quesito atratividade considerando as gerações mais novas. Muitos desses indivíduos são jovens empreendedores, ou até mesmo formadores de opinião (*influencers*) que poderiam ser impactados positivamente pelas mensagens e, assim, potencializar o resultado da Campanha.

4. DA REAVALIAÇÃO DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA, DA AGÊNCIA THERA PUBLICIDADE LTDA PLANO DE COMUNICAÇÃO

4.1 PLANO DE COMUNICAÇÃO

4.1.1. RACIOCÍNIO BÁSICO

A Recorrente alega que a empresa THERA PUBLICIDADE mencionou os feitos da CIGÁS no desenvolvimento econômico e social, mas deixou de abordar o “contexto político”, essencial para uma empresa sob controle governamental. Alega, ainda, que o Julgador 01 exigiu que a Recorrente incluísse esse ponto, mas não aplicou o mesmo critério a empresa THERA. Assim, a Recorrente solicita **a reavaliação e redução da nota da empresa THERA** devido a essa inconsistência.

Resposta da Subcomissão Técnica

Considerando o que se pede no subquesto “a) *das funções e do papel da CIGÁS nos contextos social, político e econômico;*” esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA A ESTE SUBQUESTO**, uma vez que, o avaliador não julgou pertinente a alegação feita pela empresa DIGITAL, já que a empresa THERA destacou um aspecto específico ao relatar que a CIGÁS se utiliza de recursos próprios, o que representa uma economia para os cofres públicos.



4.1.2. Subitem b)

A Recorrente alega que a empresa THERA PUBLICIDADE não detalhou com clareza e objetividade a qualidade das relações da CIGÁS com seus públicos, não pontuando os principais meios de comunicação usados para interação, como canais internos (*indoor, intranet*) e externos (perfis em redes sociais), e focou apenas no website. Ela alega que isso negligencia a importância de outros canais de comunicação. Com base nisso, **solicita a redução da nota da empresa THERA.**

Resposta da Subcomissão Técnica

Considerando o que se pede no subquestito “*b) da natureza, da extensão e das qualidades das relações da CIGÁS com seus públicos*” esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA A ESTE SUBQUESTITO**, já que o avaliador não considerou pertinente a alegação feita pela empresa DIGITAL, considerando que a empresa THERA conseguiu apresentar de forma clara os *gaps* de relacionamento existentes entre a CIGÁS e seu público em diversos momentos ao longo do Raciocínio Básico.

5. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

5.1. Subitem c)

A Recorrente alega que, no item “c)” dos critérios de avaliação sobre a riqueza de desdobramentos do conceito publicitário, a Licitante THERA PUBLICIDADE foi avaliada com pontuação máxima sem detalhar o impacto no cotidiano de cada público, enquanto a Licitante DIGITAL COMUNICAÇÃO, que abordou esse aspecto, recebeu uma pontuação mais baixa. Diante dessa discrepância, a Recorrente **solicita a revisão e redução da nota da empresa THERA** neste item.

Resposta da Subcomissão Técnica

Considerando o que se pede no subquestito “*c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CIGÁS com seus públicos;*” esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA A ESTE SUBQUESTITO**, em razão de o Julgador 03 ter pontuado que a empresa THERA conseguiu traduzir, através de seu partido temático, as possibilidades de mudança e impactos positivos na realidade da CIGÁS e em seu cotidiano, permitindo assim uma clara compreensão dos desdobramentos positivos.



5.2. Subitem b)

A Recorrente alega que há uma falta de equilíbrio do item “b)”, comparando a empresa THERA PUBLICIDADE e a DIGITAL COMUNICAÇÃO. Segundo ela, o Julgador 01 penalizou a DIGITAL por não apresentar números concretos, enquanto a empresa THERA, apesar de também não apresentar esses dados, recebeu uma pontuação média superior. Baseado nessa inconsistência, a recorrente **solicita a reavaliação e diminuição na nota da empresa THERA.**

Resposta da Subcomissão Técnica

Considerando o que se pede no subquestito “b) *a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;*”, esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA A ESTE SUBQUESTITO**, considerando que o Julgador 01 destacou que a exigência por números concretos era relevante para a proposta apresentada pela empresa DIGITAL, visto que foi especificado, em justificativa anterior disposta neste recurso (2.1.2.), que os números serviriam para dar corpo aos benefícios econômicos a serem destacados após o desdobramento do partido temático apresentado pela empresa DIGITAL. Por isso, não se aplica para este caso, visto que o conceito temático e a argumentação apresentadas pela empresa THERA são totalmente diferentes.

5.3. Meios de divulgação

A Recorrente alega que a Licitante THERA não especificou adequadamente os meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas em sua defesa, limitando-se a indicar que detalharia nas estratégias de mídia e não mídia. Alega que faltou clareza sobre as plataformas *on line*, meios de comunicação tradicionais e alternativos, incluindo mídias de massa como Out Of Home ou rádio. Assim, **solicita a revisão e diminuição da nota atribuída à estratégia de comunicação da concorrente.**

Resposta da Subcomissão Técnica

Sobre este ponto específico, esta Subcomissão Técnica não considerou pertinentes as alegações feitas pela empresa DIGITAL, visto que a estratégia foi avaliada individualmente e nenhum dos julgadores considerou revisar ou diminuir a nota atribuída à empresa THERA, em razão dos argumentos apresentados pela Recorrente.



5.4. Subitem f)

A Recorrente alega que a licitante THERA PUBLICIDADE não mencionou verba disponível em sua defesa da Estratégia de Comunicação, limitando-se a descrições insuficientes. Com base nesta omissão, a Recorrente **solicita a revisão e redução da nota atribuída à estratégia de comunicação** da THERA.

Resposta da Subcomissão Técnica

Considerando o que se pede no subquesto “f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a CIGÁS, o mercado no qual se insere, seu desafio de comunicação previsto no Briefing e a verba disponível;”, esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA A ESTE SUBQUESTO**, pois nenhum dos avaliadores interpretou como necessária a menção direta à verba disponível, e que isso não trouxe prejuízo para a avaliação do subquesto.

6. IDEIA CRIATIVA

A Recorrente alega que a THERA PUBLICIDADE omitiu três comerciais de 30”, peças para a Mídia Programática e o Post Carrossel na Estratégia de Mídia e Não Mídia, além de não apresentar peças para recursos próprios conforme exigido no briefing. A Recorrente **solicita a reavaliação da nota do item Ideia Criativa, propondo que se zere os quesitos não cumpridos.**

Resposta da Subcomissão Técnica

Considerando o que se pede no quesito Ideia Criativa, esta Subcomissão Técnica decide **PELA MANUTENÇÃO DA NOTA INICIALMENTE ATRIBUÍDA A ESTE SUBQUESTO**, pois os avaliadores entenderam que houve explicitação das peças dentro do quesito, tanto os comerciais quanto às peças de mídia programática, considerando as estratégias implementadas pela Licitante THERA. Por essa razão, não há motivo para zerar os quesitos, visto que os mesmos foram apresentados.

7. MÍDIA E NÃO MÍDIA

A Recorrente alega que a THERA PUBLICIDADE excedeu o orçamento estipulado pelo edital devido à omissão de custos de produção em seu plano de mídia. Alega, ainda, que adicionalmente, as planilhas foram apresentadas com formatação inadequada. Por essas razões, **solicita a desclassificação da empresa THERA**, por não cumprir os requisitos do edital.



Resposta da Subcomissão Técnica

Esta Subcomissão Técnica não julgou pertinente a alegação da empresa DIGITAL, que solicita a desclassificação da empresa THERA Publicidade. Para os avaliadores, a empresa THERA explicitou adequadamente os meios utilizados, justificou suas escolhas e na estratégia de mídia e não mídia demonstrou otimização dos recursos. Esta possibilidade resultou de uma abordagem da empresa que começou no raciocínio básico, passando pela estratégia de comunicação publicitária, até chegar na ideia criativa e por fim na estratégia de mídia e não-mídia. Quanto ao tamanho da fonte, a Subcomissão reitera que as planilhas foram apresentadas no tamanho requerido, motivo pelo qual não houve descumprimento dessas exigências durante a avaliação técnica.

7. DESCUMPRIMENTO DO EDITAL – PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA – NÃO ATENDIMENTO AOS ITENS 6.9.11 e 6.9.12 DO PROJETO BÁSICO

A Recorrente alega que a Subcomissão Técnica não seguiu o edital ao permitir variações nas notas técnicas entre os licitantes superiores a 20%, conforme exigido. Segundo a Recorrente, isso implica a necessidade de anulação do ato para evitar ilegalidades, destacando uma falha grave da Comissão de Licitação por não revisar ou solicitar reavaliação das notas dadas pela Subcomissão Técnica, o que compromete a integridade do julgamento.

Resposta da Subcomissão Técnica

A Subcomissão Técnica esclarece que a interpretação da empresa DIGITAL **está equivocada**, conforme o item 6.9.11 do edital, que especifica claramente: **“A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito”**. Esta disposição aplica-se especificamente à avaliação de **quesitos e subquesitos individuais**, não à classificação geral das empresas licitantes, como interpretado pela empresa DIGITAL, não havendo, portanto, fundamentação para anulação do ato com base nesse argumento.

Da decisão da Comissão Permanente de Licitação.

Ante todo o exposto, considerando os princípios da vinculação ao instrumento convocatório e da isonomia, em concordância com o Despacho emitido pela subcomissão Técnica, esta **CPL nega provimento ao recurso**, pelas razões acima fundamentadas, mantendo a decisão proferida e prosseguindo com o processo licitatório.



Registramos que todos os procedimentos adotados, no decurso deste certame, atenderam ao que preceitua o Regulamento Interno de Licitações e Contratos – RILC e a Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016.

Desta forma, publicaremos os devidos atos legais, bem como o posterior aviso de convocação da Terceira Sessão para as licitantes classificadas no julgamento técnico.

Manaus, 01 de agosto de 2024.



ODÍLIO MENDONÇA DA SILVA
Presidente da Comissão Permanente de Licitação – CPL/CIGÁS