

AUTOS Nº 18/2023

DECISÃO ADMINISTRATIVA Nº 02/2023

RECURSO ADMINISTRATIVO
LICITAÇÃO Nº 113/2022
MODALIDADE: CONCORRÊNCIA PÚBLICA
OBJETO: CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO PLANEJAMENTO, CRIAÇÃO, DISTRIBUIÇÃO, VEICULAÇÃO E CONTROLE DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS

DECISÃO ADMINISTRATIVA

1 - SÍNTESE DOS AUTOS

Trata-se de processo de Licitação, na modalidade Concorrência, do qual é objeto a contratação de serviços de publicidade, compreendendo planejamento, criação, distribuição, veiculação e controle de campanhas publicitárias, cuja importância, conforme consta na justificativa apresentada pela profissional responsável: Esses serviços são caracterizados como de caráter continuado e de relevante interesse público, como meios auxiliares importantes na divulgação de suas atividades junto à comunidade, por meio de campanhas informativas e tem conseguido orientar a sociedade sobre suas ações, além de conscientizar sobre a importância do saneamento e os cuidados com o meio ambiente, obtendo resultados positivos e satisfatórios.

Após a regular tramitação do feito, com o julgamento das propostas apresentadas, foi interposto recurso administrativo, datado de 25/01/2023, elaborado pela empresa PLENA SERVIÇOS DE



PUBLICIDADE LTDA frente à decisão da Comissão de Licitação, datada de 12/12/2022, havendo apresentação de contrarrazões ao recurso pela empresa THINK BRANDS PUBLICIDADE & PROPAGANDA LTDA, em 02/02/2023.

Apreciando os fundamentos recursais, a Comissão Permanente de Licitação, com arrimo no disposto no art. 119, §4º da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993, aliado ao teor do estabelecido em no Acórdão TCU 1788/2003 - Plenário, decidiu, em 15/02/2023, por dar PARCIAL PROVIMENTO ao recurso interposto, nos seguintes termos:

- A. Manter a classificação da licitante Think Brands Publicidade e Propaganda LTDA;
- B. Manter a classificação da licitante Tiriva Publicidade e Propaganda Ltda;
- C. Manter a classificação da licitante Trento Froes Comunicação LTDA. EPP;
- D. Reformar a pontuação da licitante Plena Serviços de Publicidade Ltda. referente aos quesitos Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação, com base na reavaliação apresentada pela Subcomissão Técnica;
- E. Manter a pontuação originalmente atribuída à recorrente para o quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia, com base nas justificativas apresentadas pela Subcomissão Técnica.

Na sequência, os autos foram encaminhados à Presidência desta Autarquia, aos dezesseis dias do mês de fevereiro de dois mil e vinte e três, na sede do Serviço Autônomo Municipal de Água e Esgoto de Jaraguá do Sul - SAMAE, para avaliação e julgamento pela autoridade competente, sobre os quais aprecio e passo a decidir.

2 - DA ADMISSIBILIDADE

Inicialmente, avaliando a data do protocolo do presente recurso, dia 25/01/2023, conforme fl. 590 dos autos, verifica-se que o prazo de interposição do recurso foi respeitado pela recorrente, posto que o prazo derradeiro para o protocolo encerrou no último dia 25/01/2023, data em que protocolado o recurso, conforme disposto no art. 109, inciso I, alínea "b", da Lei Federal nº 8.666, de 1993.

Assim, porquanto tempestivamente protocolado, conheço do recurso e passo a avaliação do mérito.

3 - DAS RAZÕES RECURSAIS

3.1 - DO REQUERIMENTO DE DESCLASSIFICAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA DA LICITANTE THINK BRANDS

Insurge-se a recorrente atacando a proposta apresentada pela licitante Think Brands ao argumento de que a proposta sugere a entrega dos panfletos publicitários em via anexa ao faturamento mensal de água, cuja leitura do consumo é

realizada diretamente no hidrômetro do usuário.

Na visão da licitante insurgente essa situação caracteriza uso indevido de servidor do SAMAE para viabilização da campanha objeto do certame, o que seria vedado, inclusive na resposta à Pergunta 8 do Esclarecimento 2, ao Edital de Concorrência Pública nº 113/2022, realizado perante a comissão, onde a resposta foi nos seguintes termos: "Nenhum servidor do SAMAE poderá ser considerado para viabilização da campanha proposta", o que foi muito bem destacado na decisão proferida pela Comissão Permanente de Licitação.

No ponto, a recorrente possui razão com o argumento, entretanto, é importante reforçar que o serviço de distribuição dos panfletos, comunicações e documentos de interesse da Autarquia é realizado por empresa terceirizada, contratada, dentre outras, para essa finalidade, bem como a de a leitura e distribuição de faturas de serviço de saneamento (água/esgoto).

Desse modo, devido à terceirização dos serviços, atualmente realizado pela empresa RDN Serviços LTDA, o SAMAE não possui custos adicionais quando a distribuição é feita no momento da leitura dos hidrômetros, conforme Item 3, do Contrato nº 321/2017, celebrado com a referida prestadora de serviços, onde está previsto o seguinte: Item. 03. Entrega de documentos, avisos e 2ª via de faturas de água e esgoto, com ou sem protocolo (cód. 18600).

Mesmo porque, a administração deve ter suas ações pautadas especialmente na otimização de recursos, desde o projeto básico, inclusive, expressamente previsto na Lei Federal nº

8.666, de 1993:

Art. 12. Nos projetos básicos e projetos executivos de obras e serviços serão considerados principalmente os seguintes requisitos: (Redação dada pela Lei nº 8.883, de 1994)

[...]

III - economia na execução, conservação e operação;

Assim, ponderados os argumentos da parte recorrente, inexistente razão para acolhimento da tese de utilização indevida de servidor público, pois, no caso em tela, os serviços de entrega de materiais informativos são executados por empresa terceirizada e sem qualquer custo adicional à Autarquia.

Com isso, não procede a argumentação apresentada pela recorrente, de modo que rechaço a tese de utilização indevida de servidores, mantendo incólume a decisão da Comissão em relação a este tópico.

3.2 - DO EXTRAPOLAMENTO DA VERBA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA PELA THINK BRANDS.

Em seu recurso a recorrente argumenta que há um excesso no valor adicional da campanha publicitária da licitante Think Brands, no montante de R\$ 7.200,00 (sete mil e duzentos reais) que, se somados ao valor proposto apresentado pela recorrida, resultaria num total de R\$ 104.525,71 (cento e quatro mil, quinhentos e vinte e cinco reais e setenta e um centavos), resultando em violação ao teto previsto no Item VII do Briefing do Projeto Básico de fl. 63 dos autos.

A recorrente tentou sustentar a alegação indicando haver realizado cotação particular, todavia não acostou aos autos qualquer documento nesse sentido, deixando, portanto, órfã de fundamentação a tese, devendo, por isso, ser interpretada sua manifestação como mera ilação argumentativa inconclusiva.

Assim, não há como considerar o valor excedente, reconhecendo eventual violação ao máximo previsto no Briefing e eventual quebra de regra editalícia capaz de resultar na desclassificação da proposta da licitante recorrida.

Como não foram apresentados fundamentos sólidos para contrariar a proposta apresentada pela licitante Think Brands, no tópico em apreço, mantenho o resultado apurado até o momento, chancelando as conclusões e argumentos da Comissão responsável.

Noutro ponto, a recorrente se opõe ao fato da não inclusão dos custos de produção com Spot de Rádio na planilha de custos do Plano de Comunicação da empresa Think Brands, sugerindo a desclassificação da licitante.

Pois bem, observando criteriosamente a manifestação da recorrente, e a respectiva decisão da Comissão, verificou-se que esse argumento não encontra guarida nos autos, pois o valor correspondente ao referido Spot, está contido na quantificação dos valores previstos para investimento na produção de mídia VT, constante na campanha da contrarrazoante.

Nesse sentido, restam infundados os argumentos propostos pela recorrente no exercício do *ius appellandi*, de modo que



rejeito as informações levantadas e mantenho as razões da Comissão no tocante ao Spot de Rádio.

3.3 - DO EXTRAPOLAMENTO DO NÚMERO DE EXEMPLOS DE PEÇAS PUBLICITÁRIAS PELA THINK BRANDS.

A recorrente argumenta que o limite das peças publicitárias delineadas no edital foi ultrapassado na proposta apresentada pela licitante Think Brands.

Ocorre que, conforme destacado pela Comissão, a licitante confundiu número de peças publicitárias definido como limite para as demonstrações, previsto no Item 7.2.3 (Ideia Criativa), com o número de mídias permitidas, previsto no Item 7.2.4 (Estratégia de Mídia e Não Mídia), essa última, com limitador definido em número de páginas, diferentemente do anterior, onde a limitação é relacionada ao exemplo de peças.

Vale dizer, que a Comissão responsável indicou em sua decisão a ausência de limite à apresentação de estratégias em número superior a 4 (quatro).

Mesmo porque, caso fosse imposta a apresentação máxima de 4 (quatro) estratégias, tal fato constituiria fator de limitação excessivo à criatividade das licitantes, acarretando em prejuízos à análise das propostas.

Repiso, não há qualquer dispositivo no edital limitando o número de elementos a serem apresentados nas estratégias de Mídia e Não Mídia, ficando a cargo das participantes apresentar à administração, por meio das propostas, as idéias em número que entender necessário.



Cumpre ressaltar que o objetivo é empregar meios inteligentes para utilizar os recursos públicos com modicidade, garantindo **eficiência** na prestação do serviço, em estrita observância ao princípio correspondente previsto no art. 37, da Constituição da República Federativa do Brasil - CRFB.

Ademais, a recorrente sustenta que a empresa licitante Think Brands apresentou proposta com 5 (cinco) exemplos de mídia (jornal, rádio, cinema, panfletos e outdoor). Entretanto, percebe-se, claramente, que foram apresentados apenas 4 (quatro) exemplos de peças de mídia, sendo elas panfletos, anúncio de jornal, outdoor e VT (Vídeo Tape), o que pode ser observado nas páginas 396 a 399 dos autos.

Portanto, a Comissão acertadamente reconheceu que a licitante Think Brands, referente a esse tópico, atendeu aos critérios definidos no edital, e por consequência deve ser mantida a sua classificação.

3.4 - DA APRESENTAÇÃO DE TABELA COM VALORES DIVERGENTES AOS PRATICADOS PELOS VEÍCULOS.

A recorrente questiona os valores apresentados pela licitante Think Brands sob a alegação de estarem em desacordo com o praticado no mercado, resultando em descumprimento ao Item 7.2.4.1, alínea "d" do instrumento convocatório.

Cita-se o Item do edital para facilitar a leitura:

7.2.4.1. Para simulação de campanha publicitária deverão



ser observadas as seguintes instruções:

[...]

d) Na simulação de mídia, a agência deverá considerar os valores reais das tabelas de preços vigentes dos veículos de comunicação, não sendo necessário anexá-las à proposta técnica.

Para melhor compreensão, utilizando-se da tabela apresentada pela recorrente, a Comissão diligenciou juntamente à Assessoria de Comunicação do SAMAE, no dia 07/02/2023, às 15h30min, no sentido de realizar levantamento dos valores operados nos diversos veículos de comunicação durante a realização da campanha, durante o ano de 2022.

Através da Assessora de Comunicação, a Sra. Adriane Schimainski dos Santos, obtiveram os resultados demonstrados na tabela apresentada pela Comissão Processante.

Avaliando os dados, coaduno com as conclusões apresentadas pela equipe de julgamento das propostas, no sentido de que os valores apurados na tabela de veiculações da empresa Think Brands são compatíveis com os utilizados por meios de comunicação do SAMAE de Jaraguá do Sul no ano de 2022.

3.5 - DA NEGOCIAÇÃO COM EMPRESA DE VEICULAÇÃO DE MÍDIA DE CINEMA SEM AUTORIZAÇÃO.

A recorrente informa que realizando a conferência dos orçamentos utilizados pela recorrida, deparou-se com situação questionável, alegando que a empresa utilizada para veiculação de mídia em cinema não possui autorização da rede Arcoplex para veiculação de anúncios nas salas.

Essa situação chamou a atenção da Comissão, levando os membros a atuarem ativamente na busca de confirmação da situação ventilada. Foi realizada diligência, consistente em contato direto com representante legal da Rede Arcoplex, identificado como Sr. Gabriel Silva, que exerce a função de Gerente de Marketing na empresa, a fim de confirmar a autorização.

No e-mail resposta encaminhado ao representante da Comissão, foi confirmado que a empresa Set Comunicação está autorizada a comercializar mídias locais em Jaraguá do Sul, esvaziando completamente o argumento infundado que a recorrente trouxe à baila.

Diante da informação encaminhada pelo representante da rede de cinemas Arcoplex, trato como superado o ponto, sendo assim, deixo de acolher a tese de vício na veiculação de mídia sinalizado pela parte recorrente.

4 - DO REQUERIMENTO DE DESCLASSIFICAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA DA LICITANTE TIRIVA PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA

A recorrente apresentou razões nos mesmos moldes daqueles quanto à empresa Think Brands, referindo-se à entrega de panfletos junto às faturas de água e esgoto, a qual ensejaria utilização de mão-de-obra de servidor do Samae para viabilização do Plano de Comunicação apresentado.

Do mesmo modo, restou demonstrada na decisão da Comissão Permanente de Licitação, a possibilidade de realização de

entrega dos folhetos, tendo em vista que trata-se de serviço prestado sem custo adicional por empresa terceirizada, não ferindo nenhum dispositivo previsto no edital.

Com isso, desconsidero novamente a tese apresentada pela recorrente, de modo que mantenho a licitação conforme processada com relação a este ponto.

4.1 - DO EXTRAPOLAMENTO DO LIMITE DE 4 PEÇAS DE MÍDIA DA LICITANTE TIRIVA PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA

Também foi razão de recurso o possível extrapolamento quanto ao número de peças de mídia estipuladas no edital para a "Ideia Criativa", onde a recorrente relata que a empresa Tiriva teria apresentado seis estratégias, afrontando as quatro previstas no edital.

Neste ponto, percebe-se novamente correta a decisão da Comissão no mesmo sentido do questionamento quanto à empresa Think Brands, tendo em vista que foram apresentados os quatro exemplos de peças publicitárias conforme previsto no certame, razão pela qual não assiste razão à recorrente. Por conseguinte, mantenho a licitação conforme processada com relação também a este ponto, lastreado nos mesmos fundamentos utilizados no tópico 3.3.

4.2 - DA NUMERAÇÃO INDEVIDA DE PÁGINAS DA LICITANTE TIRIVA PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA

A recorrente afirmou que a empresa Tiriva numerou as páginas da apresentação da Proposta Técnica (Via Não Identificada), o que segundo ela, configura a possibilidade de

identificação prévia da autoria do Plano de Comunicação.

A decisão da Comissão foi no sentido de considerar o ocorrido como mera omissão formal, tendo em vista não haver comprometimento quanto à lisura do processo, entendendo que o ocorrido não permitiu a identificação prévia da autoria.

Tenho como acertada a decisão do grupo de julgadores no tocante ao ponto, pois a mera inserção de numeração na página, na parte inferior do documento, não tem o condão de permitir a individualização da proposta, facilitando a identificação da licitante autora.

Até porque, caso a Comissão responsável adote estrita e rigorosa interpretação, desconsiderando pequenas inconsistências formais que não frustrem o caráter competitivo, a mera inserção de pontuação ortograficamente incorreta ou pontuais alterações no tamanho de letra, *exempli gratia*, podem ensejar a eliminação de licitantes por identificação em propostas não identificadas.

Coaduno com o posicionamento da Comissão, que concluiu pela inclusão inadvertida de numeração discreta ao final da página, a toda evidência, um erro formal.

Por sinal, o próprio instrumento convocatório deixa clara essa possibilidade, conforme transcrevo para ilustração:

A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelos licitantes, **desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo** desta



concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão Permanente de Licitação (Sem grifo no original).

A toda evidência, formalismos excessivos atentam contra o próprio objetivo do procedimento licitatório, com a seleção do licitante mais qualificado, que apresente factualmente a proposta mais adequada aos objetivos da administração.

Para corroborar o entendimento, apporto ao debate o seguinte precedente do TCU:

REPRESENTAÇÃO. PEDIDO DE SUSPENSÃO CAUTELAR. CARTA-CONVITE ELETRÔNICA. PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE MANUTENÇÃO E FISCALIZAÇÃO EM FÁBRICA DE LUBRIFICANTES. CONHECIMENTO. CONTRATAÇÃO JÁ REALIZADA. INDEFERIMENTO DO PEDIDO DE CAUTELAR. OITIVA. DESCLASSIFICAÇÃO DE PROPOSTA POR SUPOSTA INEXEQUIBILIDADE, SEM POSSIBILITAR ESCLARECIMENTOS DA LICITANTE. EXCESSO DE FORMALISMO. REPRESENTAÇÃO PARCIALMENTE PROCEDENTE. DETERMINAÇÕES (TCU. Acórdão nº 1228/2017. Plenário. Rel. Min. José Múcio Monteiro. Sessão de 14/06/2017).

Igualmente, o Superior Tribunal de Justiça tem posicionamento firmado no mesmo sentido, ao qual incorporo a fundamentação para ilustrar:

ADMINISTRATIVO. LICITAÇÃO. FORMALIDADES. CONSEQUÊNCIAS 1. **Repudia-se o formalismo quando é inteiramente desimportante para a configuração do ato.**

2. Falta de assinatura nas planilhas de proposta da licitação não invalida o certame, porque rubricadas devidamente.

3. Contrato já celebrado e cumprido por outra empresa



concorrente, impossibilitando o desfazimento da licitação, sendo de efeito declaratório o mandado de segurança.

4. Recurso provido.

(RMS n. 15.530/RS, relatora Ministra Eliana Calmon, Segunda Turma, julgado em 14/10/2003, DJ de 1/12/2003, p. 294, sem grifo no original)

Da nossa corte de justiça Catarinense, podemos extrair, também, inúmeros julgados apreciando o tema do emprego excessivo de formalismo em prejuízo ao processo, algo indesejável. Colhe-se o seguinte entendimento judicial:

APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO. LICITAÇÃO REALIZADA PELA FUNDAÇÃO PROMOTORA DE EXPOSIÇÕES DE BLUMENAU - PROEB, SUCEDIDA PELO MUNICÍPIO DE BLUMENAU. DESCLASSIFICAÇÃO DE EMPRESA PARTICIPANTE. NÃO CUMPRIMENTO DE EXIGÊNCIA DO EDITAL. **EXCESSO DE FORMALISMO. VERIFICAÇÃO.** CONCORRENTE QUE APRESENTOU A MELHOR PROPOSTA À ADMINISTRAÇÃO. PROCEDÊNCIA DO PLEITO INDENIZATÓRIO DE LUCROS CESSANTES. MANUTENÇÃO DA DECISÃO. DESPROVIMENTO DO RECURSO. FIXAÇÃO DE HONORÁRIOS RECURSAIS.

NÃO É CABÍVEL EXCLUIR PROPOSTAS VANTAJOSAS OU POTENCIALMENTE SATISFATÓRIAS APENAS POR APRESENTAREM DEFEITOS IRRELEVANTES OU PORQUE O 'PRINCÍPIO DA ISONOMIA' IMPORIA TRATAMENTO DE EXTREMO RIGOR. A ISONOMIA NÃO OBRIGA ADOÇÃO DE FORMALISMO IRRACIONAL (MARÇAL JUSTEN FILHO).

NÃO SE PODE PERDER DE VISTA QUE A FINALIDADE PRECÍPUA DA LICITAÇÃO É A ESCOLHA DA CONTRATAÇÃO **MAIS VANTAJOSA PARA A ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA** E, PARA ATINGI-LA, NÃO PODE O ADMINISTRADOR ATER-SE A RIGORISMOS FORMAIS EXACERBADOS, A PONTO DE AFASTAR POSSÍVEIS INTERESSADOS DO CERTAME, O QUE LIMITARIA A COMPETIÇÃO E, POR CONSEQUENTE, REDUZIRIA AS OPORTUNIDADES DE ESCOLHA PARA A CONTRATAÇÃO (TJSC. DES. SÉRGIO ROBERTO BAASCH LUZ).

(TJSC, Apelação n. 0019795-47.2008.8.24.0008, do Tribunal de Justiça de Santa Catarina, rel. Pedro Manoel Abreu,

Primeira Câmara de Direito Público, j. 20-09-2022).

Por esse norte, percebe-se que o fato de terem sido numeradas as páginas da Proposta Técnica da empresa Tiriva foi irrelevante para a condução do certame, correspondendo as razões do recurso a mero formalismo, conforme demonstrado pela Comissão, tendo sido mantida a lisura e o caráter competitivo da concorrência, além de não afetar a apreciação das propostas mais vantajosas à Administração.

Posto isso, além do vasto repertório temático apontado pela Comissão, todos direcionados ao combate de formalidades exacerbadas nocivas ao interesse público, não há que se falar em desclassificar a proposta apresentada pela licitante conforme pleiteado pela recorrente.

Assim, decido por manter a classificação da empresa Tiriva Publicidade e Propaganda Ltda, pautado no farto repertório jurídico explanado neste tópico.

5 - DO REQUERIMENTO DE DESCLASSIFICAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA DA LICITANTE TRENTO FROES COMUNICAÇÃO LTDA EPP

5.1 - DO EXTRAPOLAMENTO DE 4 PEÇAS DE MÍDIA PREVISTAS EM EDITAL PARA IDEIA CRIATIVA

A recorrente argumenta, novamente, acerca do extrapolamento do limite de quatro peças de mídia previstas no edital para o item Ideia Criativa, ao qual a Comissão decidiu manter a decisão, tendo em vista ter sido apresentada



a quantidade prevista, ou seja, quatro peças.

Após analisar os autos verifiquei que não procedem as argumentações, de forma que mantenho a decisão da Comissão Permanente de Licitações, lastreado nos mesmos fundamentos jurídicos contidos no Item 3.3, já que a licitante Trento Froes apresentou um total de 4 peças publicitárias, conforme previsto no edital.

Por derradeiro, mantenho a classificação da licitante, considerando que a proposta foi apresentada em estrita observância ao edital.

5.2 - DA INVIABILIDADE DE VERIFICAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA APRESENTADA

A recorrente levanta questionamentos a respeito da tabela final apresentada pela empresa Trento Froes, divergindo do valor final apresentado em tabela ao argumento de que uma campanha com tal magnitude ultrapassaria a verba determinada no Briefing, cujo valor é de R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

A Comissão, ao avaliar os argumentos relacionados com o ponto, concluiu que a tabela final colacionada aos autos pela licitante Trento comporta a mídia denominada de Programática, a qual, no entendimento do grupo de julgadores, aborda todo o tipo de veiculação relacionada ao uso da internet, abrangendo redes e mídias sociais. Continuando, a Comissão reforça:

Deveras, basta verificar o texto constante da Estratégia de Mídia e Não Mídia da concorrente para constatar tratar-se de veiculação de animação de 15" para inserção em Facebook, Instagram, Ads e Youtube, com aplicação



também no Instagram da Autarquia.

Ainda, a recorrente afirmou a impossibilidade de determinar custos de produção e veiculação para cada uma das estratégias utilizadas, afirmando que uma campanha do porte da apresentada pela empresa Trento ultrapassa o valor de R\$ 100.000,00.

Mais uma vez, tal situação não restou comprovada, conforme entendimento também da Comissão, sendo apenas argumentos hipotéticos. Frisa-se que a recorrente não trouxe elementos incontestáveis capazes de sustentar sua argumentação, como tabelas descritivas passíveis de análise comparativa.

Nessa toada, desconsidero a tese defendida pela recorrente e mantenho a classificação da licitante.

6 - DA ATRIBUIÇÃO DE NOTAS TÉCNICAS EQUIVOCADAS POR PARTE DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

6.1 - DA ATRIBUIÇÃO DE NOTA TÉCNICA EQUIVOCADA AO REPERTÓRIO DA RECORRENTE

A recorrente demonstrou diante do extrato de notas atribuídas como justificativa a ausência de apresentação de peças de campanhas públicas ou para órgãos públicos, ao que a Comissão Permanente de Licitação decidiu tal qual a resposta à Pergunta 6 do Esclarecimento nº 2, no sentido de que esta situação não enseja redução da nota técnica do recorrente.



Por conseguinte, convocou a Subcomissão Técnica para reavaliação da campanha, sendo que o avaliador Max Pires alterou sua nota de 6 para 7 pontos, Rogério Tallini alterou sua nota de 7 para 8 pontos e Marcelo Janssen alterou sua nota de 5 para 6 pontos complementando suas justificativas.

Por se tratar de avaliação técnica, concordo que o encaminhamento para reavaliação pela Subcomissão, foi ato prudente adotado pela Comissão, do mesmo modo, a reanálise e nova aplicação da nota conforme apresentada são corretas e coerentes com as justificativas, motivo pelo qual opino por sua manutenção.

6.2 - DA ATRIBUIÇÃO DE NOTA TÉCNICA EQUIVOCADA AOS RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS

A recorrente alegou quanto ao item relacionado a relatos de soluções de problemas, que a Subcomissão teria utilizado como única justificativa "campanha simples, nada de novo", discordando da avaliação no sentido que a simplicidade ou sua ausência em uma campanha, não impede que esta surta os efeitos buscados pelo cliente, podendo cumprir, ainda assim, com o objetivo de comunicação e agindo na resolução do problema indicado.

Solicitou atribuição de nota máxima novamente sob alegação de que os quesitos não atenderam aos critérios de avaliação previstos pelo edital.

A Comissão Permanente de Licitação decidiu por notificar a Subcomissão Técnica para se manifestar e reavaliar o quesito



em tela.

A Subcomissão realizou revisão sendo que os avaliadores Max Pires, Marcelo Janssen e Rogério Tallini mantiveram suas notas alterando apenas sua justificativa.

Por se tratar de avaliação técnica, concordo com o encaminhamento para reavaliação da Subcomissão, que detém valências técnicas para avaliar o mérito dos critérios atribuídos às notas.

Friso que por se tratar de Avaliação Técnica, realizada por *experts*, bem como a justificativa apresentada estar em conformidade com a nota inicial, mantendo a nota atribuída à licitante.

6.3 - DA DISCORDÂNCIA ACERCA DO USO DE VERBA DESTINADA À LANDING PAGE

A recorrente alegou a atribuição de "nota baixa" referente à sua campanha tendo em vista a utilização de 10% (dez por cento) da verba destinada à Briefing para a criação de *Landing Page*, quando poderia ter utilizado o *site* para tal.

Afirmou haver diferença de objetivos entre a *Landing Page* e o *site*, relacionados à sua função e entendimento. A *Landing Page* possui *link* com postagens em outras mídias, além de haver possibilidade de inclusão de mais informações do que apenas no *site*.

Ainda, alegou que por entender que havia possibilidade de utilização de apenas quatro mídias, substituiu o *flyer* pela

Landing Page, já que conforme seu entendimento o *flyer* exigiria custos ao Samae, bem como uso de servidores para distribuição.

Seu requerimento quanto ao item foi pela reavaliação de todas as notas atribuídas nos quesitos em que se tenha como base a *Landing Page*.

Tendo em vista as alegações, a Comissão Permanente de Licitação encaminhou o questionamento à Subcomissão Técnica para reavaliação, ao que esta realizou revisão quanto aos itens questionados, onde nenhum dos avaliadores promoveu alterações nas notas, ocorrendo apenas a complementação das justificativas.

Por se tratar de avaliação técnica, concordo que o encaminhamento para reavaliação pela Subcomissão foi ato prudente adotado pela Comissão, do mesmo modo, a reanálise e manutenção da nota conforme apresentada são corretas e coerentes com as justificativas reescritas, motivo pelo qual opino por sua manutenção.

DA DECISÃO

Apreciadas as razões recursais da licitante recorrente, acato os termos da Decisão exarada pela respeitável Comissão Permanente de Licitação, e **DECIDO** pela manutenção da classificação das seguintes licitantes:

- 1) Mantenho a classificação da licitante Think Brands Publicidade & Propaganda Ltda, mantendo a posição alcançada;

- 2) Mantenho a classificação da licitante Tiriva Publicidade e Propaganda Ltda, mantendo a posição alcançada;
- 3) Mantenho a classificação da licitante Trento Froes Comunicação Ltda. EPP, e mantenho a posição alcançada;
- 4) Acato a reforma da pontuação da licitante Plena Serviços de Publicidade Ltda, referente aos quesitos Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação, e reconheço a reavaliação realizada pela Subcomissão Técnica, alterando a pontuação final obtida dos atuais 198 para 201 pontos;
- 5) Mantenho a pontuação originalmente atribuída à recorrente para o quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia, baseado nas justificativas apresentadas pela Subcomissão Técnica.

No mais, com fundamento no art. 109, inciso I, alínea "b", da Lei Federal nº 8.666, de 1993, conheço do recurso interposto, porquanto preenchidas as formalidades exigidas no ordenamento jurídico e, no mérito, julgo inconsistentes as demais razões recursais apresentadas pela recorrente, nos termos da fundamentação.

Ante o exposto, dou parcial provimento ao recurso apresentado pela empresa PLENA SERVIÇOS DE PUBLICIDADE LTDA, para acatar somente a reavaliação das notas atribuídas contidas nos Itens da decisão da Comissão Permanente de



Licitação, mantendo incólumes os demais termos do resultado da licitação.

Jaraguá do Sul-SC, 17 de fevereiro de 2023.

Registre-se, comunique-se e cumpra-se.


Onésimo José Sell
Diretor Presidente