



Estado do Rio Grande do Sul

**MUNICÍPIO DE ERECHIM**  
**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354

Fone: 54 3520 7000

99700-000 Erechim – RS

**COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES**

**Concorrência 03/2018**

**Processo 18170/2018**

**Objeto: Análise de Recurso**

**Relatório**

Trata-se de Concorrência Pública que tem por objetivo a contratação de agência de propaganda para prestar serviços de publicidade institucional do Município de Erechim-RS, conforme definidos no Anexo I – Briefing, de acordo com o §1º do art. 37 da Constituição da República Federativa do Brasil e disposições do art. 2º da Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010.

Aberta a sessão, na data de 29 de janeiro de 2019, seis empresas credenciaram-se, sendo elas, TEMPERO PROPAGANDA LTDA, AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA, JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA, FOCO PROPAGANDA LTDA, REFERÊNCIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA e CONEXÃO B ASSESSORIA E PUBLICIDADE LTDA. Nesta oportunidade todas as empresas participantes entregaram os envelopes conforme edital: INVÓLUCRO A – PROPOSTA TÉCNICA via identificada e não identificada, INVÓLUCRO B – PROPOSTA TÉCNICA, INVÓLUCRO C – PROPOSTA COMERCIAL e INVÓLUCRO D – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO.

Na data de 1º de fevereiro de 2019, os membros da Subcomissão Técnica receberam a caixa lacrada contendo as propostas técnicas (invólucro não identificado), para análise e julgamento. Na data de 11 de fevereiro de 2019, a Subcomissão Técnica fez a devolução da caixa com o invólucro não identificado e recebeu outra caixa lacrada contendo o Invólucro B.

Veiculou, em imprensa oficial, na data de 19 de fevereiro de 2019, comunicado sobre a data de continuidade do certame, sendo que no dia 21 de fevereiro de 2019 a Comissão de Licitações procedeu com nova sessão. Conforme ata anexa ao processo (folhas 823 e 824) procedeu-se a abertura das caixas contendo os invólucros A. Passou-se à realização do cotejo entre as vias não identificadas e as identificadas, a fim de verificar a autoria das propostas técnicas. Nesse momento foi conhecido o relatório contendo as notas atribuídas pela Subcomissão Técnica, bem como a planilha geral com as pontuações de cada participante. Em sequência, procedeu-se a abertura do invólucro B. Todos os presentes apreciaram os documentos. Posta à palavra, os representantes das empresas expuseram suas manifestações em ata, sendo que o prazo recursal abriria somente após a veiculação da Ata de Julgamento.

Todos os documentos conhecidos nas sessões foram enviados por e-mail, para posterior análise dos licitantes.



Estado do Rio Grande do Sul  
**MUNICÍPIO DE ERECHIM**  
**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354  
Fone: 54 3520 7000  
99700-000 Erechim – RS

No dia 21 de março de 2019, a Comissão de Licitações efetuou diligência junto à Subcomissão Técnica, para ajustes no que diz respeito ao item 7.4 do edital, subitens 7.4.1. e 7.4.2. Como já haviam sido abertas e identificadas as licitantes, a Comissão de Licitações solicitou que se fizesse as justificativas das notas, sem reavaliação. A Subcomissão entregou ofício de resposta à diligência no dia 29 de março.

Por fim, a Comissão de Licitações elaborou o Edital de Resultados de Julgamento da Fase Técnica, contendo as pontuações finais das empresas licitantes, considerando **CLASSIFICADAS** as empresas abaixo, as quais obtiveram nota igual ou superior a 50 (cinquenta) pontos, conforme estabelecido em edital, na seguinte ordem:

AGÊNCIAS	VIA NÃO IDENTIFICADA				B- PROPOSTA TÉCNICA			
	RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	REPERTÓRIO	RELATO DE SOLUÇÕES E PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	SOMATÓRIO
JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA	6,6	14	13,3	5,3	9,66	14,33	14,66	77,85
AGENCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA	7,6	14	16,6	7,6	7,66	10,33	10,66	74,45
TEMPERO PROPAGANDA LTDA	7,3	14,6	14,3	7	6	8	8	65,2
FOCO PROPAGANDA LTDA	5,6	8	12	7,3	6,33	7,66	8	54,89

Restaram **DESCLASSIFICADAS** as empresas abaixo, por descumprimento do item 7.8, alínea "A", conforme motivos a seguir:

AGÊNCIAS	VIA NÃO IDENTIFICADA				B- PROPOSTA TÉCNICA			
	RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	REPERTÓRIO	RELATO DE SOLUÇÕES E PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	SOMATÓRIO
CONEXÃO B ASSESSORIA E PUBLICIDADE LTDA	7,6	14,6	16,6	7,3	6,33	9	9	70,43
REFERÊNCIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA	6	12,6	10,6	6	6	9,66	9,66	60,52

A empresa CONEXÃO B ASSESSORIA E PUBLICIDADE LTDA apresentou o conteúdo do invólucro da Proposta Técnica – Via Não Identificada, não respeitando a formalidade exigida em edital quanto a encadernação, dessa forma deixando avulso, fora da encadernação, sem paginação os seguintes documentos: anúncio de jornal, outdoor, banner de internet, cartaz e totem, conforme item 4.4.4. do edital.

A empresa REFERÊNCIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA apresentou o conteúdo do invólucro da Proposta Técnica – Via Não Identificada, não respeitando a



Estado do Rio Grande do Sul  
**MUNICÍPIO DE ERECHIM**  
**PREFEITURA MUNICIPAL**  
Praça da Bandeira, 354  
Fone: 54 3520 7000  
99700-000 Erechim – RS

formalidade exigida em edital quanto a encadernação em espiral, conforme item 4.4.4. do edital.

A Comissão Permanente de Licitações ao julgar as propostas, entendeu que tais fatos ferem o disposto no edital no item 7.8, alínea "A", bem como o item 4.4.4, haja vista que o conteúdo de tais invólucros é de extremo sigilo, não podendo de forma alguma apresentar qualquer indício passível de identificação das empresas participantes no certame.

No dia 02 de abril de 2019, veiculou em imprensa oficial o Edital de Resultados de Julgamento da Fase Técnica, abrindo-se o prazo recursal, previsto no artigo 109 da Lei Federal 8.666/93. As empresas TEMPERO PROPAGANDA LTDA, AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA, JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA, REFERÊNCIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA e CONEXÃO B ASSESSORIA E PUBLICIDADE LTDA, interpuseram recursos.

Passamos a relatar sucintamente os pontos de cada peça recursal.

### **REFERÊNCIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA**

#### **RECURSO**

Aduziu, em síntese, que nenhum licitante poderia ser habilitado a continuar no presente certame, por falhas insanáveis, pois o processo de formulação das peças tornou-se fato subjetivo, contrariando a objetividade que deve permear os processos licitatórios.

Demonstrou que as seguintes Agências cometeram falhas insanáveis contrárias à previsão editalícia sob a luz da legislação vigente:

**Agência Foco** – apresentou texto de defesa das peças no quesito ideia criativa, sendo que o item 4.2.3 do edital não solicita a apresentação de defesa escrita neste ponto. Equivocadamente o setor responsável pelas respostas dos questionamentos incorreu no erro ao divulgar resposta diferente do que previa o edital. Na verdade o texto apresentado nas peças deveria ser colocado no item 4.2.2;

**Agência Engenho de Ideias** – apresentou a peça banner de internet em 4(quatro) possibilidades diferentes, ou seja, 04 (quatro) possibilidades de banner, enquanto que o edital é claro no item 4.2.3 Ideia Criativa, ao solicitar a apresentação de apenas uma peça para cada tipo de veículo. Em outro momento, no envelope "B" (informações da proponente e capacidade de atendimento), a citada agência foge completamente das especificações de apresentação, desde o modelo de encadernamento até a formulação dos textos apresentados, contidas no edital;

**Agência Tempero** – sugere em seu material outras mídias além do solicitado, pois no item 4.2.3.1 não há solicitação de mídia via redes sociais, o que impede tal

  PÁG. 3/36  




Estado do Rio Grande do Sul

**MUNICÍPIO DE ERECHIM**

**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354

Fone: 54 3520 7000

99700-000 Erechim – RS

apresentação. Ainda, em planilha de seus “Custos Internos”, deixou faltando valores, não utilizando na íntegra a tabela do SINAPRO, que interferiram no cômputo correto dos custos;

**Agência Conexão** – apresenta, desde o princípio, desconto de 80% (oitenta por cento) para custos internos da agência, sendo que o momento em que o faz não é o correto, pois deveria ter utilizado o índice de 100% (cem por cento) da tabela do SINAPRO conforme edital item 4.2.5. Também foge completamente das especificações de apresentação;

**Agência TIG** – inclui mídia social como estratégia, contrariando o item 4.2.3.1 que impede tal apresentação. Ainda, não utilizou corretamente as medidas da mídia “anúncio de jornal”, desconfigurando o valor final.

Quanto à questão avaliativa, aduziu que não foram enviadas aos licitantes as cópias dos manuscritos de cada avaliador, apenas a ata contendo planilhamento de notas qualificativas, que apresentam apenas justificativas conjuntas; ou seja, sem apresentar justificativa individualizada de cada quesito e avaliador.

Conforme anexo 03 (cópia dos manuscritos das avaliações, que a empresa obteve após insistência, na sessão), percebe-se que não se encontra justificativa detalhada do motivo pelo qual se atribuiu as notas a determinados quesitos, tanto no envelope A quanto no envelope B, o que contraria a Lei 12.232/2010, Art. 11, § 4º, incisos III, V e VI. A avaliação deve ser individualizada e, prosseguindo, deve ser realizada caso a caso, ou seja, nota e justificativa de cada avaliador, para cada quesito, de cada agência, obrigatoriamente sendo apresentadas as razões que justificaram e fundamentaram as referidas notas em cada caso.

A legislação não apresenta a possibilidade de geração de justificativa conjunta de subcomissão avaliadora, tal hipótese considera-se erro insanável, eivando o processo licitatório de vício que impede que se leve adiante, pela ilegalidade.

Citou, ainda, que houve rasuras nas notas apresentadas nos manuscritos em quesitos diversos e aleatórios das Agências participantes, por parte dos membros da Subcomissão, e classifica como “fato grave” tais rasuras, pois pode-se incorrer em resultado errôneo, ferindo o princípio constitucional da isonomia.

Alegou que a Diligência com as justificativas individuais, foi divulgada após o “Edital de resultados de julgamento da fase técnica”, embora datada anteriormente ao referido Edital, isto é, a apresentação das justificativas se deu posteriormente à divulgação das pontuações, considerando, esse, ato falho grave e insanável.

Aduziu ainda que, mesmo que não houvesse intempestividade na situação relatada anteriormente, ainda há o grave fato de rasuras nos manuscritos dos avaliadores, estar, por si, já configuram erro insanável, e a única maneira de proceder e permanecer em um processo legal, permeado pela isonomia, legalidade e transparência, é a anulação de todo o processo licitatório, vez que não se configuram como meros erros formais, mas graves erros insanáveis.



Estado do Rio Grande do Sul

**MUNICÍPIO DE ERECHIM**

**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354

Fone: 54 3520 7000

99700-000 Erechim – RS

Finalizou suas alegações informando que o documento foi protocolado junto ao Ministério Público, para que, se necessário, diligências possam ser efetuadas.

Requeru, dessa maneira, que seja anulado todo o presente processo licitatório por ocasião de vício grave e insanável relacionado à ausência de justificativas individualizadas, bem como rasuras nas notas numéricas atribuídas aos quesitos, conforme versa a legislação vigente.

Citou cláusulas do edital, o artigo 11, § 4º, incisos III, V e VI da Lei 12.232/2010, artigo 3º da Lei 8.666/93 e jurisprudência.

Anexou documentos.

### **JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**

#### **RECURSO**

A Recorrente aduziu, em síntese, que as licitantes AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA e TEMPERO PROPAGANDA LTDA, descumpriram as normas relativas à utilização de meios (facebook, brindes e combinação de meios com previsão exclusivamente alternativa no edital) e à apresentação de peças conforme o briefing. A AGÊNCIA TEMPERO PROPAGANDA LTDA e FOCO PROPAGANDA LTDA, descumpriram disposições sobre a defesa das peças na Estratégia de Mídia e Não Mídia exigida.

Das alegações quanto a empresa AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA

- A AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA descumpriu as regras do edital, quando, em sua proposta, sugeriu a inclusão da campanha nas redes sociais, com o uso do Facebook como meio. AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA defende o uso de redes sociais na campanha a despeito do esclarecimento da Administração Pública no sentido da interpretação fechada do rol do item 4.2.3.1, bem como da afirmação sobre a inadmissibilidade do uso do meio em questão.

Das alegações quanto a empresa AGÊNCIA TEMPERO PROPAGANDA LTDA

- A AGÊNCIA TEMPERO PROPAGANDA LTDA, descumpriu o edital quando na sua proposta, sugeriu a inclusão da campanha nas redes sociais, com o uso do Facebook como meio. A AGÊNCIA TEMPERO PROPAGANDA LTDA defende o uso de redes sociais na campanha a despeito do esclarecimento da Administração Pública no sentido da interpretação fechada do rol do item 4.2.3.1, bem como da afirmação sobre a inadmissibilidade do uso do meio em questão.

Além disso, descumpriu a regra contida no item 4.2.3 do edital que prevê, dentre as estritas 8 peças que deveriam compor a campanha, a utilização de anúncio de jornal ou revista dentro da mesma modalidade específica. A AGÊNCIA TEMPERO PROPAGANDA



Estado do Rio Grande do Sul

**MUNICÍPIO DE ERECHIM**

**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354

Fone: 54 3520 7000

99700-000 Erechim – RS

LTDA, na sua Estratégia de Comunicação Publicitária e na sua Estratégia de Mídia, apresentou mais que 8 peças, utilizando tanto o anúncio de jornal quanto o anúncio de revista no seu conteúdo, descumprindo inequivocadamente o edital.

A AGÊNCIA TEMPERO PROPAGANDA LTDA apresentou, ainda, na sua proposta, a sugestão de criação, produção e distribuição de um squeeze como brinde aos participantes da Linha Turismo. Um brinde que faz parte da campanha configura-se como peça específica, que no caso não encontra guarida no rol de peças permitidas no edital, mais uma vez extrapolando o limite de 8 peças do item 4.2.3.

Também, descumpriu o edital quando, na sua estratégia, apresentou tão somente uma defesa dos meios e dos hábitos de consumo, ignorando por completo a exigência da defesa das peças contidas no edital.

Das alegações quanto a empresa FOCO PROPAGANDA LTDA

- A AGÊNCIA FOCO PROPAGANDA LTDA, descumpriu as regras do edital quando não apresentou a defesa das peças na sua Estratégia de Mídia e Não Mídia. Fê-lo, entretanto, na Ideia Criativa, momento da proposta que deveria ser dedicado exclusivamente à apresentação das peças, não à sua defesa, nem a qualquer forma de texto justificativo, conforme item 4.2.3 do edital.

Por fim, referiu o Princípio da Vinculação ao Instrumento Convocatório, o qual define que todos os participantes do certame (concorrentes e Administração) estão vinculados às regras do Edital. Defende, que, quando a inobservância de disposição do Edital se der por parte da Administração Pública, há nulidade de todos os atos praticados com vício.

Citou itens do Edital, o artigo 41 da Lei 8.666/93, o Inciso XXI do artigo 37 da Constituição Federal, o artigo 48 da Lei 8.666/93, Jurisprudência e Doutrina.

Dessa forma, as concorrentes AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA, TEMPERO PROPAGANDA LTDA e FOCO PROPAGANDA LTDA deveriam ter sido desclassificadas na sessão de julgamento das propostas, conforme prevê o art. 11, § 4º, III, da Lei 12.232/2010.

Não tendo sido desclassificadas na sessão de apuração do resultado geral das propostas, deverão ambas as recorrentes ser desclassificadas na forma do art. 6º, XIV, da Lei 12.232/2010, e em respeito ao Princípio da Vinculação, haja vista os descumprimentos acima apontados e sobejamente demonstrados.

**CONEXÃO B ACESSORIA E PUBLICIDADE LTDA**

**RECURSO**

Do não cumprimento do devido processo legal



Estado do Rio Grande do Sul

**MUNICÍPIO DE ERECHIM**  
**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354  
Fone: 54 3520 7000  
99700-000 Erechim – RS

Transcreveu a diligência realizada pela Comissão Permanente de Licitações no dia 21 de fevereiro de 2019 e alegou que não há, legal ou editaliciamente, a possibilidade de justificar as notas sem a efetivação da reavaliação, inclusive após a identificação das mesmas.

Aduz que a Subcomissão descumpriu a Lei ao deixar de reavaliar as notas ou justificar a manutenção das diferenças e que a Comissão não pode determinar que esta o faça após a divulgação da classificação, pois tornará o processo nulo.

Alega ainda que não há igualdade, legitimidade no julgamento e observância do devido processo legal. Visto que não há possibilidade, ao menos com amparo legal, da Subcomissão retomar o julgamento após a identificação dos proponentes. E, de fato, justificar as notas e cumprir a Lei e o Edital, após a identificação dos licitantes não é procedimento lícito.

Por fim, requer a nulidade da Concorrência 03/2018, frente à ilegalidade do julgamento técnico que, ao justificar as notas, após a divulgação do resultado, frustrou o caráter obrigatório de não identificação das propostas técnicas, nos termos da Lei 12.232/10.

**TEMPERO PROPAGANDA LTDA. – ME**

**RECURSO**

Da necessária desclassificação da Agência JSMAX Publicidade e Propaganda Ltda.

Alega que a empresa JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA apresentou as peças publicitárias em número superior ao exigido no item 4.2.3 do Edital. Em vez de apresentar um único banner *on line*, como claramente exige o Edital, a licitante apresentou quatro banners, violando os princípios da vinculação ao instrumento convocatório, da isonomia, da competitividade e do julgamento objetivo das propostas.

Informa que a empresa supracitada descumpriu o item 4.4.4 do Edital ao apresentar o caderno do envelope B com capa dura. E violou o disposto no item 4.4.2 "a" pois deveria apresentar um único case com até cinco peças e apresentou cinco cases de clientes diferentes. Segundo a Recorrente, tal fato influenciou injustamente a avaliação da Subcomissão Técnica e contribuiu para a significativa diferença em relação às notas atribuídas às demais licitantes no quesito "Repertório".

Outrossim, a licitante JSMAX Publicidade e Propaganda Ltda desobedeceu o Edital, em seu item 4.4.3 "a", ao apresentar um relato com oito páginas e outro com sete páginas, quando ambos deveriam apresentar no máximo duas páginas cada. Mesmo diante da flagrante violação ao Edital, a Subcomissão Técnica atribuiu nota próxima à máxima nesse



Estado do Rio Grande do Sul

**MUNICÍPIO DE ERECHIM**

**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354

Fone: 54 3520 7000

99700-000 Erechim – RS

quesito.

A Recorrente também aduz que houve aposição de informações além do exigido no Edital, descumprindo o item 4.4.1. A empresa JSMAX Publicidade e Propaganda Ltda teria levado enorme vantagem por ter apresentado caderno com fotos das unidades, encadernado e com outros quesitos para encantar a Subcomissão Técnica, e conseguiu, pois é visível a diferença das notas que lhe foram atribuídas no quesito “Capacidade de Atendimento” em relação às demais Agências. Também foi a única Agência a apresentar logotipo das empresas atendidas e fotos da equipe, sendo que as demais licitantes também possuem estruturas similares ou até superiores. Apesar de incluir em sua proposta informações além daquelas exigidas no Edital, a empresa JSMAX recebeu pontuação absurdamente maior que as demais licitantes, que informaram apenas e tão somente o que exigiu instrumento convocatório.

Caso não seja atendida, a Recorrente solicita que sua proposta seja reavaliada no quesito “capacidade de atendimento”, já que não há justificativa plausível para a diferenciação de notas havida pela empresa Recorrente e a Recorrida.

- Da necessária desclassificação da Agência de Publicidade TIG Ltda.

Aduz que no invólucro destinado à apresentação da via não identificada, ao final do item “Raciocínio Básico”, a licitante Agência de Publicidade TIG Ltda acrescentou “Referencial Bibliográfico”, sendo a única que após tal informação na via não identificada. No entanto, o Edital não fez nenhuma exigência em relação às referências bibliográficas, logo, ao que parece, buscou identificar-se à Comissão Permanente de Licitações e à Subcomissão Técnica, em nítido desrespeito aos itens 3.2.1 e 3.3 do Edital.

A Recorrente também expõe o descumprimento do item 4.2.5 do Edital, pela Recorrida, visto que a mesma utilizou percentual de honorários incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores acima do limite (17%) previsto pelo SINAPRO/RS (15%).

Ademais, cita a apresentação de estratégia de mídia em desconformidade com a Lei nº 9.612/1998 e com o prejulgado do Tribunal de Contas do Estado de Santa Catarina nº 1399, pois de acordo com o item 4.2.4 do Edital, os licitantes deveriam apresentar estratégia de mídia com indicação da quantidade de inserções das peças nos veículos de comunicação. A empresa Agência de Publicidade TIG Ltda indicou a “Rádio Cultura Comunitária FM”, contrariando o disposto nos artigos 11, 18 e 19 da Lei 9.612/98e a orientação 1399 do TCE/SC, importando em violação ao princípio da legalidade.

Pelas razões expostas, pede a Recorrente que sejam conhecidas as razões de seu Recurso, dando-lhe provimento, para o fim de declarar desclassificadas as empresas JSMAX Publicidade e Propaganda Ltda e Agência de Publicidade TIG Ltda.

Requer ainda, que a Comissão Permanente de Licitações reconsidere sua



Estado do Rio Grande do Sul

**MUNICÍPIO DE ERECHIM**

**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354

Fone: 54 3520 7000

99700-000 Erechim – RS

decisão e, não sendo esse o entendimento, faça o Recurso subir, devidamente informado, à Autoridade Superior, em conformidade com o disposto no §3º e §4º do artigo 109 da Lei nº 8.666/93.

No caso de ser considerada a observação da impugnada, requer seja encaminhada à autoridade superior, a fim de decidir em última instância administrativa.

### **AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA:**

#### **RECURSO**

Em síntese, alega que de maneira desordenada a CPL apresentou pedido de diligência a Subcomissão Técnica, em relação as notas atribuídas as licitantes, em razão da diferença de pontuação da primeira licitante as demais terem atingido porcentagem superior a 20 %;

Considera ser inacreditável e uma anomalia a CPL determinar que a subcomissão técnica não poderia reavaliar de modo algum as notas/pontuações, podendo somente justificar as pontuações;

Relata que além de negar a vigência do edital, a CPL negou a vigência da Lei 12.232, que regula as Licitações de Agências de Publicidade e Propaganda, desrespeitando o artigo 6, inciso VII, aduzindo que não foi oportunizado a Subcomissão Técnica a reavaliação das notas;

Concorda com a desclassificação das licitantes CONEXÃO B ASSESSORIA E PUBLICIDADE LTDA e REFERÊNCIA COMUNICAÇÃO E MARKETING;

Referente as licitantes classificadas, alega que há irregularidades que passaram despercebidas pela CPL referente as empresas **JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA e TEMPERO PROPAGANDA LTDA ME**, o que ocasionaria a desclassificação de ambas, conforme detalhamento a seguir

#### **\*JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.**

##### **ENVELOPE A - irregularidades encontradas:**

- envelope A, não respeitou o que o edital previa quanto ao briefing de tema da campanha que seria TURISMO RURAL – LINHA TURISMO ERECHIM, utilizando somente o termo LINHA TURISMO ERECHIM, ignorando assim, a determinação editalícia relacionada ao TURISMO RURAL.

- relata erros gravíssimos de gramática e conotação de ideias, não concordando com a pontuação máxima atingida;

- alega peças de forma errônea, ordem diversa do previsto no edital,



Estado do Rio Grande do Sul

**MUNICÍPIO DE ERECHIM**

**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354

Fone: 54 3520 7000

99700-000 Erechim – RS

apresentando cartaz A3 e não no tamanho A4, 4X0 cor;

- utilizou 4 banners, ultrapassando o limite de 8 peças previsto em edital, atingindo assim 11 peças;

- apresentou como custos apenas 1 peça (devendo apresentar o custo correspondente as 4 peças/produções apresentadas), afrontando a norma editalícia, com objetivo de não ultrapassar o limite de R\$ 250.00,00 da campanha simulada; Se aplicado corretamente resultaria em R\$ 273.314,02, ultrapassando o limite estabelecido em edital;

- descumpre o edital, ao se utilizar de valores em desconformidade com a tabela SINAPRO;

- não apresenta o invólucro A (Via identificada) com o mesmo teor da Via Não Identificada, com exceção dos exemplos de peças referentes a Ideia Criativa;

- não apresentou espiral, deixando-o em desconformidade com o envelope não identificado;

- no envelope identificado não datou e assinou na última página do envelope e sim antes, ignorando os anexos, os quais fazem parte do envelope A.

**\*JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.**

**ENVELOPE B - irregularidades encontradas:**

- manifesta-se inconformada com a pontuação superior as demais, próximo a máxima, quando sequer cumpre as disposições previstas no edital;

- apresentou conteúdo em capa dura, em vez de espiral proposta em Edital no item 4.4.4;

- o atestado de capacidade técnica deveria ter sido apresentado contendo a identificação do tomador de serviços, com a razão social, CNPJ e endereço de sua sede, além de estar devidamente assinado.

- apresentou 5 cases e não 1 case com cinco peças (conforme esclarecimento realizado pela licitante Tempero);

- sobre os relatos de solução de problemas o máximo de páginas permitido em edital é de 2 páginas, porém a licitante apresentou em 15 páginas;

- Reforça a necessidade de reavaliação da pontuação diante do cometimento de irregularidades inobservadas na avaliação realizada pela Subcomissão Técnica, o que resultou na pontuação muito próxima do máximo, sem que houvesse qualquer apontamento dos erros já destacados acima;

- Diante das observações e constatações apresentas acima, afirma que é imperativa a desclassificação da empresa JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA, observando os princípios da isonomia e legalidade.



Estado do Rio Grande do Sul  
**MUNICÍPIO DE ERECHIM**  
**PREFEITURA MUNICIPAL**  
Praça da Bandeira, 354  
Fone: 54 3520 7000  
99700-000 Erechim – RS

**\*TEMPERO PROPAGANDA LTDA ME**

**ENVELOPE A - irregularidades encontradas:**

- alega peças de forma errônea, ordem diversa do previsto no edital, apresentando cartaz A3 e não no tamanho A4, 4X0 cor;
- apresentou a proposta técnica em completa dissonância com as normas editalícias, não apresentando a numeração de páginas em fonte ARIAL, tamanho 12 pontos;
- apresentou folder em papel couchê com gramatura diferente da exigida em edital (papel couchê 120gr, tamanho A4, duas dobras, 4x4 cor);
- quanto aos custos internos da campanha simulada, utilizou valores totalmente divergentes dos previstos na tabela SINAPRO;
- ressaltou que nos custos do Jornal Bom Dia, a licitante recorrida apresenta valor de R\$ 6.156,00, quando na realidade seu valor de TABELA corresponderia a R\$ 12.312,00;
- não apresenta o invólucro A (Via identificada) com o mesmo teor da Via Não Identificada, com exceção dos exemplos de peças referentes a Ideia Criativa;
- não apresentou espiral, deixando-o em desconformidade com o envelope não identificado;
- no envelope identificado não datou e assinou na última página do envelope e sim antes, ignorando os anexos, os quais fazem parte do envelope A.

**\*TEMPERO PROPAGANDA LTDA ME**

**ENVELOPE B - irregularidades encontradas:**

- apresentou sua proposta de Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em completa dissonância com as determinações editalícias, sendo que usou espaçamentos incorretos, uso de negrito e de cores não previstas em edital;
- o atestado de capacidade técnica deveria ter sido apresentado contendo a identificação do tomador de serviços, com a razão social, CNPJ e endereço de sua sede, além de estar devidamente assinado;
- sobre os relatos de solução de problemas o máximo de páginas permitido em edital é de 2 páginas, porém a licitante apresentou em 4 páginas;
- Diante das observações e constatações apresentadas acima, afirma que é medida que se impõe a desclassificação da empresa TEMPERO PROPAGANDA LTDA ME.
- Quanto a necessidade de reavaliação das pontuações atribuídas as licitantes, afirma ser ilegal a determinação apresentada pela CPL de que Subcomissão não poderia rever as pontuações atribuídas as licitantes, sendo apenas apresentado as razões que fundamentaram as notas, classificando como ABUSIVA tal determinação da CPL e ILEGAL, contrariando o que determina o artigo 6, inciso VII, Lei 12.232, que se realize a reavaliação



Estado do Rio Grande do Sul

**MUNICÍPIO DE ERECHIM**

**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354

Fone: 54 3520 7000

99700-000 Erechim – RS

das pontuações;

- Por fim, requer:

- as desclassificações de ambas as empresas, em observância ao princípio do julgamento objetivo;

- no caso da não desclassificação das licitantes JS MAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA e TEMPERO PROPAGANDA LTDA ME, requer a reanálise das pontuações atribuídas, em especial a AGENCIA recorrente TIG, e da recorrida JS MAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.

Após referidos recursos, fora aberto o prazo para eventuais contrarrazões, sendo que as licitantes **AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA, JS MAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA e TEMPERO PROPAGANDA LTDA** tempestivamente se manifestaram.

Citaremos neste relatório, cada contrarrazão sucintamente.

#### **AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA:**

#### **CONTRARRAZÕES**

**Contrarrazões aos recursos das recorrentes:**

- CONEXÃO B ASSESSORIA E PUBLICIDADE LTDA
- JS MAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA
- REFERÊNCIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA
- TEMPERO PROPAGANDA LTDA

Todas as recorrentes aduzem ocorrência de supostas irregularidades no procedimento adotado pela CPL no certame, colocando em dúvida a atuação, transparência, competência e lisura da CPL, onde alegam irregularidades na documentação apresentada pela licitante AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA;

Alega que as razões são inócuas, destoadas da realidade, com o nítido objetivo de tumultuar o procedimento licitatório;

A **CONEXÃO B ASSESSORIA E PUBLICIDADE LTDA**, aduz que houve ocorrência de irregularidades na condução do certame, sendo que deveriam culminar a ANULAÇÃO do processo licitatório (sem razão). Ainda, alega irregularidades no suposto fato de que a justificativa das pontuações atribuídas as licitantes se deu após o conhecimento das propostas e suas autorias.

Em que pese o inconformismo exarado pela **CONEXÃO B ASSESSORIA E**



Estado do Rio Grande do Sul  
**MUNICÍPIO DE ERECHIM**  
**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354  
Fone: 54 3520 7000  
99700-000 Erechim – RS

PUBLICIDADE LTDA, suas pretensões não se sustentam;

Inexiste óbice quanto aos reavaliadores justificarem suas notas após a ocorrência de diferença de pontuação superior a 20% nos quesitos;

Não há que se falar em irregularidade na justificação ocorrida após a abertura e identificação das propostas, sendo que tanto o edital quanto a legislação aplicável nada aduzem nesse sentido;

A **JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**, aduz irregularidade na documentação apresentada pela licitante recorrida (AGÊNCIA TIG) referente a apresentação da estratégia de mídia e não mídia, alegando que a mesma teria descumprido o edital ao apresentar a utilização do Facebook (cujo edital fica a critério da licitante a definição do período de veiculação e dos meios a serem considerados na simulação de mídia).

A Agência TIG ressalta que não se utilizou de uma outra peça, como induz a empresa recorrente JSMAX, tendo somente utilizado o mesmo VT da TV para utilização em outro meio, no caso o FACEBOOK, conforme previsão em edital item 4.2.5.1.

A **REFERÊNCIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA** aduz que a Agência TIG utilizou mídia social na estratégia de mídia e não mídia. Por sua vez, a Agência TIG reitera o que prevê o item 4.2.5.1 (Fica a critério da licitante a definição do período de veiculação e dos meios a serem considerados na simulação de mídia).

Alega que o anúncio de jornal restou apresentado sem que fossem citadas as medidas do anúncio.

Tem-se novamente que a Agência Tig utilizou o mesmo VT da TV em outro meio (FACEBOOK), conforme previsão em edital.

Assim, em defesa ao anúncio de jornal, a Agência TIG apresentou a proposta técnica em estrita observância ao disposto no item 4.4.4 do Edital, ou seja, atendeu a utilização do papel A4, branco, 75 gr ou 90 gr, orientação retrato, com textos justificados, com espaçamento simples entre linhas, com texto em fonte "arial", tamanho 12 pontos, em caderno único, com espiral preto, sem capas ou páginas divisórias, com identificação da licitante, e com todas as páginas numeradas em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página.

Por fim, ressalta que inexistente ilegalidade na apresentação da documentação.

Sobre a licitante **TEMPERO PROPAGANDA LTDA**, aduz irregularidade pela utilização de referencial bibliográfico no Raciocínio Básico, sob o argumento de identificação da agência.

A Agência TIG ressalta que não se sabe de que forma poderia haver a identificação pelo uso do referencial bibliográfico, uma vez que utilizar-se de obras e escritas de terceiro sem que seja citado seu referencial configura plágio, crime punível de Código Penal Brasileiro, conforme artigo 184. Dessa forma, alega ser dever e obrigação que sejam



Estado do Rio Grande do Sul

**MUNICÍPIO DE ERECHIM**

**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354

Fone: 54 3520 7000

99700-000 Erechim – RS

citados os referenciais bibliográficos utilizados na campanha simulada, visto que de forma alguma enseja a identificação da licitante, conforme induz a licitante TEMPERO PROPAGANDA LTDA.

Conclui a AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA que:

Inexiste qualquer vedação editalícia e veiculação da proposta simulada em rádios comunitárias;

Tratando-se de proposta simulada, a proposta de veiculação não pode ensejar a desclassificação da Agência recorrida pela inexistência de impedimento editalício;

Observa que inexistente ilegalidade e muito menos descumprimento de norma editalícia;

Ainda, a alegação de nulidade do certame licitatório não se sustenta, quando desprovida de qualquer substrato probatório;

Quanto ao excesso de formalismo, não há que se falar em qualquer irregularidade na condução do certame licitatório pela Administração Municipal de Erechim RS.

Pede julgamente IMPROCEDENTE na totalidade dos recursos apresentados pelas recorrentes CONEXÃO B ASSESSORIA E PUBLICIDADE LTDA, JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA, REFERÊNCIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA e TEMPERO PROPAGANDA LTDA.

### **JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**

#### **CONTRARRAZÕES**

**Contrarrrazões aos recursos das recorrentes:**

- **AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA**
- **CONEXÃO B ASSESSORIA E PUBLICIDADE LTDA**
- **REFERÊNCIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA**
- **TEMPERO PROPAGANDA LTDA**

As concorrentes apresentaram recursos postulando, entre outras matérias, a revisão de notas, a desclassificação desta impugnante e a nulidade do certame. No entanto, a Recorrida alega que não assiste razão a qualquer dos pleitos em questão.

Requer seja negado provimento ao pedido da Agência TIG de revisão de notas e de reconhecimento de ilegalidade na atuação da Comissão Permanente de Licitações. Pois assim como é inviável a revisão das notas dos concorrentes em razão da necessidade de manutenção do anonimato, a revisão das notas das vias identificadas é vedada pela lógica do



Estado do Rio Grande do Sul  
**MUNICÍPIO DE ERECHIM**  
**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354  
Fone: 54 3520 7000  
99700-000 Erechim – RS

sistema criado pela Lei 12.232/2010 e decorre dos princípios da impessoalidade e da moralidade.

A licitante **CONEXÃO B ASSESSORIA E PUBLICIDADE LTDA** apresentou razões recursais sustentando ilegalidade na forma como foi efetuada a justificação das notas pela Subcomissão Técnica, após diligência da Comissão Permanente de Licitações. A questão suscitada pela empresa objetiva a anulação do processo por suposto descumprimento do edital e da Lei.

Não houve qualquer reatribuição de notas após a identificação das propostas. A realização de diligências pela Comissão de Licitações para sanar questões do processo licitatório é claramente admitida pelo art. 43, §3º, da Lei 8.666/1993, o que significa que a complementação de informação de obrigação da Subcomissão Técnica pode ser feita por diligência. Não assiste qualquer razão ao recurso da **CONEXÃO B ASSESSORIA E PUBLICIDADE LTDA**, devendo ser desprovido, nos termos da fundamentação.

A agência **REFERÊNCIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA** alega no seu recurso que **(1)** a Lei exigiria que os julgadores apresentassem avaliações individualizadas para cada membro da Subcomissão Técnica sobre as propostas dos licitantes, não tendo sido encaminhadas cópias dos manuscritos de cada avaliador aos concorrentes; **(2)** que a impugnante teria apresentado a peça de banner de internet em 4 possibilidades diferentes, enquanto o item 4.2.3 do edital teria exigido apenas uma peça para cada tipo de veículo; e que **(3)** no envelope “B”, teria fugido das especificações de apresentação “desde o modelo de encadernamento até a formatação dos textos apresentados, contidas no edital”.

1. Segundo afirma a Recorrente, em uma leitura equivocada da lei, cada membro da Subcomissão Técnica teria o dever de apresentar fundamentação para atribuição das notas de cada concorrente. Mas quando o legislador positiva a necessidade de “análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º da Lei” está registrando a necessidade tão somente de análise (atribuição valorativa/notas) individualizada e não de julgamento (fundamentação e atribuição justificada) individualizado. Há individualização da composição da Subcomissão e não do julgamento monocrático das propostas por membro da Subcomissão. Assim, como se pode ver da documentação do processo licitatório, as justificativas das notas foram sim realizadas e publicadas de forma individualizada, conforme consta nas Atas de Julgamento do dia 11/02/2019 e 15/02/2019. A Comissão obedeceu à disposição da Lei, realizando diligência com o objetivo de esclarecer informação de competência da Subcomissão Técnica, que não modificou as notas das concorrentes após sua identificação.

Posteriormente, a Recorrente argumenta que deveria ser aplicado o entendimento adotado pela Comissão de Licitações do Município de Carazinho, em processo licitatório próprio. Esclarecemos que o entendimento adota pela Administração Municipal de Carazinho



Estado do Rio Grande do Sul

**MUNICÍPIO DE ERECHIM**

**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354

Fone: 54 3520 7000

99700-000 Erechim – RS

não tem qualquer aplicabilidade no presente processo licitatório devido a inexistência de vinculatividade entre diferentes entes da Administração Pública de mesmo nível hierárquico e visto que sequer existe a suposta paridade de circunstâncias sustentada pela Recorrente.

A Recorrente argumenta ainda, que houve rasuras nas pontuações, e que tais causariam nulidade, questionando a idoneidade dos membros da Subcomissão Técnica. Salienta-se que nenhuma rasura foi inserida em pontuações após a identificação das propostas. Elas foram inseridas no envelope A – o que inclusive pode indicar revisões de notas – e nas somas das notas tão somente. As rasuras em questão provavelmente foram inseridas após debate com os demais membros da Subcomissão, o que somente evidencia o processo analítico dialógico realizado nas avaliações propostas.

2. Quanto à suposta apresentação de 4 banners de internet no lugar de 1, a Recorrente não pediu desclassificação vinculada à alegação ao final do Recurso e esclarecemos que foi apresentado um único banner animado de internet, ilustrados 4 quadros da animação, e não 4 banners, não assistindo qualquer razão à Recorrente.

3. A Recorrente também alega, de maneira absolutamente vaga, que a impugnante teria cometido irregularidades na formatação do conteúdo do envelope B com o claro intuito de confundir a Comissão de Licitações. Mas Não há qualquer informação específica e precisa que permitisse minimamente o adequado exercício do direito de contraditório. A inconformidade da Referência é genérica, e poderia ser direcionada a qualquer concorrente de qualquer licitação, sem que sequer se altere uma vírgula do texto, e quaisquer circunstâncias poderiam ser adaptadas às alegações. Por cautela, registramos que não há qualquer especificação de formatação direcionada ao envelope B que não tenha sido cumprido por esta impugnante.

A **AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA** alega, no seu recurso, **(1)** que não houve reavaliação das notas, como deveria haver em razão das diferenças das notas maior e menor em 20% ou mais, **(2)** que esta impugnante teria ignorado o Turismo Rural da campanha, **(3)** que esta impugnante teria descumprido o edital por utilizar a expressão "puro ar" na sua proposta, **(4)** que esta impugnante teria apresentado a sua Ideia Criativa em ordem equivocada, **(5)** que a impugnante teria apresentado 4 banners para internet, **(6)** que esta impugnante teria apresentado a sua proposta com valores divergentes da tabela do SINAPRO, **(7)** que esta impugnante teria apresentado seus envelopes A e B com incongruências na sua composição física, **(8)** que esta impugnante teria utilizado capa dura no seu envelope B, e que isso constituiria ilicitude no processo, **(9)** que esta impugnante teria apresentado atestado de capacidade técnica em desconformidade com o edital, **(10)** que esta impugnante teria apresentado 5 cases diferentes no repertório, **(11)** que esta impugnante teria apresentado os relatos de solução de problemas em mais de 2 páginas.

1. A questão atinente à reavaliação das notas já foi tratada no início da



Estado do Rio Grande do Sul

**MUNICIPIO DE ERECHIM**

**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354

Fone: 54 3520 7000

99700-000 Erechim – RS

Contrarrazão.

2. Segundo a agência TIG, uma das supostas impropriedades da JSMAX seria o fato de ter desenvolvido uma campanha focada no tema "Linha de Turismo Erechim", e não no mote "Turismo Rural". Afirma a recorrente que o conceito principal foi ignorado, o que seria uma completa afronta ao briefing. Não é necessária uma análise prolongada para perceber que tal argumento é total e completamente descabido. Em primeiro lugar, o briefing é perfeitamente claro quanto a qual deveria ser o foco da campanha. Dentro da proposta (item 6.1.3 do briefing), a listagem dos trajetos e, ainda mais esclarecedor, o desafio fala especificamente sobre a Linha de Turismo Erechim, informando que este é o serviço a ser divulgado nas peças. Ou seja, o foco da campanha está claro. O que o edital pretendia afirmar ao colocar o Turismo Rural como tema geral é que, ao promovermos a Linha de Turismo Erechim, estaremos consequentemente promovendo o Turismo Rural. Aliás, o argumento se mostra ainda mais absurdo quando se percebe que a própria TIG, nas peças de sua proposta, em momento algum utiliza a expressão "Turismo Rural", dirigindo o foco de sua campanha para "Linha de Turismo Erechim". Em outras palavras, a TIG busca a desclassificação a JSMAX não somente por uma razão vazia, mas também por algo que a própria agência fez em sua proposta. O que se percebe claramente é que, na falta de razões concretas para desclassificação da JSMAX, a TIG utiliza de absoluta má-fé, tentando beneficiar-se da própria torpeza, e alegando como irregularidades circunstâncias presentes na proposta dela própria.

3. A agência também aponta que a JSMAX utilizou a expressão "puro ar", julgando tal fato como erro gravíssimo em uma peça publicitária, pois, segundo a recorrente, se no campo de Erechim é que se respira puro ar, o que se respiraria em outros locais? A argumentação sequer requereria atenção, considerado o tamanho absurdo pois trata-se de uma figura de linguagem de uso comum e consagrada, até mesmo poética, utilizada inúmeras vezes por autores, estudiosos, publicitários, jornalistas e cidadãos ao longo da história da língua portuguesa. É simplesmente uma maneira de destacar um dos aspectos positivos do contato com a natureza. E mesmo que estivesse correta em sua impressão, isso não configuraria um motivo para desclassificação, já quem em nenhum momento o edital afirma estar proibido o uso de tal expressão. Fazer da sua utilização a base para uma tentativa de desclassificação licitatória é inacreditável, mostrando mais uma vez a má-fé da TIG.

4. Em seu recurso, a agência discorre que a JSMAX errou na forma e na ordem da apresentação da Ideia Criativa. Primeiro, a agência afirma que a descrição das peças foi feita de forma errônea, uma vez que a JSMAX utiliza apenas, por exemplo, "Cartaz A3" e não "Cartaz tamanho A4, 4x0 cor". A argumentação é infundada simplesmente porque, em momento algum do edital, é informado que aquela descrição é exatamente a mesma que deve constar na Ideia Criativa. O item 4.2.3.1 apenas descreve as especificações de cada



Estado do Rio Grande do Sul

**MUNICÍPIO DE ERECHIM**

**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354

Fone: 54 3520 7000

99700-000 Erechim – RS

peça, sem jamais solicitar que aquele texto esteja na descrição de cada peça. A TIG ainda afirma que a JSMAX não teria respeitado a ordem das peças. No Edital não há qualquer menção a qualquer ordem, somente uma listagem das peças que devem ser apresentadas para a execução da proposta de comunicação publicitária - como foi feito pela JSMAX.

5. Entre suas razões para a desclassificação da JSMAX, a TIG afirma que a agência desrespeitou o número de peças possíveis na descrição da Ideia Criativa, uma vez que teria apresentado 04 (quatro) propostas de banners para a internet, quando só poderia ter apresentando 01 (uma) proposta. A argumentação é completamente infundada pois o edital aponta, no item 4.2.3.1, que a peça para internet deve ser um "banner on line com formato e tamanho estipulado a critério do licitante". É fato sabido que existem diversos formatos e modelos de banners para a internet. Ao contrário do que a TIG afirma, não foram apresentados 04 (quatro) banners, mas apenas 01 (um) banner, do tipo animado. Ou seja, trata-se de um banner com quatro telas em sequência, animadas, o que garante mais dinamismo à mensagem e permite transmitir mais informações sem que a peça fique poluída devido à quantidade de conteúdo. O fato de se tratar de apenas um banner em quatro etapas é óbvio. Percebe-se claramente que as informações expostas nas quatro telas são complementares e que há uma ordem em sua leitura: 1. Conceito principal da campanha; 2. Apresentação do serviço (Linha de Turismo Erechim); 3. Descrição dos diferenciais e atrações do serviço; e 4. Call to action e dados do anunciante. Isoladamente, elas não fazem sentido; apenas juntas ganham coerência. Caso fossem peças distintas, a assinatura da Prefeitura de Erechim deveria estar presente em todas, o que não ocorre.

6. Alega a recorrente TIG que esta impugnante teria, na sua proposta, utilizado valores distintos dos previstos na tabela do SINAPRO, supostamente em discordância do exigido no edital. Como pode ser facilmente concluído através do comparativo entre a planilha Anexo VII do plano de comunicação publicitária apresentado pela JSMAX, com as páginas 24 e 26 da Tabela Referencial de Valores 2019 do SINAPRO-RS, foram praticados os exatos valores de tabela, conforme claramente solicitado no item 4.2.5 do Edital. Desta forma, claramente sem fundamentos o apontamento da TIG. Os valores da tabela do SINAPRO-RS foram inteiramente respeitados na proposta da impugnante.

7. A TIG alega também incongruência na apresentação da via identificada do plano de comunicação publicitária, por não ter a impugnante utilizado espiral na encadernação e por ter datado e assinado o documento na última página de textos, não na última página após os anexos. A única finalidade da via identificada do plano de comunicação é, claramente, cotejar com as propostas não identificadas e identificar os seus autores. Este objetivo foi claramente atingido no caso. A forma do acabamento para a junção de suas páginas, na via identificada, é irrelevante para o processo da concorrência, em nada prejudicando a identificação do proponente, no momento ou antes desta etapa da licitação.



Estado do Rio Grande do Sul

**MUNICÍPIO DE ERECHIM**

**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354

Fone: 54 3520 7000

99700-000 Erechim – RS

Tal forma de acabamento claramente não trouxe qualquer vantagem à impugnante, já que o conteúdo serve apenas para identificar um dos planos não identificados. Da mesma forma, qual das últimas páginas deve ser assinada (de texto ou de anexo) é indiferente. A Via Identificada do plano de comunicação está datada, assinada e rubricada em todas as suas páginas, o que confere oficialidade ao documento. Desta forma, não assiste razão aos fundamentos da TIG.

8. A concorrente TIG alega que a impugnante teria descumprido o edital ao utilizar capa dura no seu caderno do invólucro B. Não há, entretanto, qualquer descumprimento a ser reconhecido. Capa dura não é parâmetro incluído no rol de critérios de pontuação. Capa dura não figura entre os quesitos a serem pontuados no item 7, letra B, do edital. Logo, impossível este elemento configurar alguma diferenciação ou vantagem no momento da Subcomissão Técnica julgar o conteúdo do invólucro B. Considerando se tratar do invólucro B, com relação ao qual não há necessidade de anonimato, eventual previsão de padronização não se constitui em elemento desclassificatório. Desta forma, sem procedência o pedido de desclassificação da TIG.

9. Não satisfeita, a TIG acusa a JSMAX de ter apresentado os atestados de capacidade técnica em desacordo com as determinações do edital - alínea "d" do item 4.4.1 da Capacidade de Atendimento. Sem qualquer razão a recorrente. A impugnante apresentou 5 (cinco) atestados de capacidade técnica conforme podem ser verificados no anexo 2 desta impugnação. Quatro a mais do que o necessário. Os cinco atestados (anexados neste recurso) foram emitidos pelo Conselho Regional de Medicina do Rio Grande do Sul, pela Prefeitura Municipal de Lages, SC, pela Prefeitura Municipal de Venâncio Aires, RS, pelo Conselho Regional de Farmácia do Rio Grande do Sul e pelo Conselho Regional de Psicologia da 7ª Região. Novamente, conforme pode ser facilmente concluído, sem cabimento o apontamento da TIG, que apenas tenta desclassificar a impugnante em manobras executadas na mais absoluta má-fé.

10. A TIG reivindica a desclassificação da JSMAX por suposta irregularidade na apresentação do seu repertório - item 4.4.2 do Repertório. Repertório e relatos de soluções de problemas de comunicação são demonstrações totalmente distintas, o Edital é extremamente claro em sua orientação. E foi exatamente o que a JSMAX apresentou. Um repertório (atendendo o item 4.4.2) composto por cinco peças, ilustrando trabalhos realizados para 4 clientes, e 2 dois cases (atendendo o item 4.4.3), ilustrados por três peças cada. Quanto à suposta inobservância à resposta da Comissão ao questionamento realizado pela TEMPERO, tampouco assiste qualquer razão à recorrente. Não pode a impugnante ser penalizada, em menor ou maior grau, em virtude de um questionamento muito mal elaborado e apresentado por outra participante nos Esclarecimentos. A Recorrente interpreta de maneira equivocada o edital, e tenta buscar a desclassificação da impugnante com base nisso. Novamente, não

PÁG. 19/36



Estado do Rio Grande do Sul  
**MUNICÍPIO DE ERECHIM**  
**PREFEITURA MUNICIPAL**  
Praça da Bandeira, 354  
Fone: 54 3520 7000  
99700-000 Erechim – RS

procede, o apontamento e pedido de desclassificação apresentado pela TIG.

11. Conforme todos os esclarecimentos trazidos pela JSMAX até este momento, o atendimento ao item 4.4.3 também é indubitável. Conforme determina o item 4.4.3 a JSMAX apresentou 2 (duas) páginas sob a forma de textos descritivos para relatar seus 2 (dois) cases. De forma cristalinamente clara, respeitou o limite máximo de duas páginas. Da mesma forma, foi respeitado a limitação de inclusão de 3 (três) peças publicitárias para cada um dos cases. Na sequência, antecedendo cada uma das peças, temos apenas a apresentação de cada uma dessas peças. Ainda, os 4 (quatro) quesitos de pontuação dos relatos de soluções de problemas de comunicação (item 7, letra B, III, do edital) não alcançam a simples pré-apresentação das peças publicitárias. Logo, não assiste qualquer razão à recorrente.

A licitante **TEMPERO PROPAGANDA LTDA** alega, no seu recurso, (1) que a impugnante teria apresentado 4 banners para internet, (2) que esta impugnante teria utilizado capa dura no seu envelope B e que isso constituiria ilicitude no processo, (3) que esta impugnante teria apresentado 5 cases diferentes no repertório, (4) que esta impugnante teria apresentado os relatos de solução de problemas em mais de 2 páginas, (5) que esta impugnante teria apresentado informações além do exigido, obtendo vantagem supostamente indevida.

1. Da mesma forma que a TIG, a Tempero afirma que a impugnante desrespeitou o número de peças possíveis na descrição da Ideia Criativa, uma vez que teria apresentado 04 (quatro) propostas de banners para a internet, quando só poderia ter apresentando 01 (uma) proposta. Novamente, a argumentação é absurda e demonstra desatenção com o edital e capacidade questionável por parte da Tempero. Senão vejamos: o edital aponta, no item 4.2.3.1, que a peça para internet deve ser um "banner on line com formato e tamanho estipulado a critério do licitante". Como uma simples leitura da frase deixa claro, o formato e o tamanho do banner são definidos pela agência concorrente. Não há qualquer possibilidade de dúvida em relação a tal questão. Foi o que a JSMAX fez. Ao contrário do que a Tempero afirma, não foram apresentados 04 (quatro) banners, mas apenas 01 (um) banner, do tipo animado. Ou seja, trata-se de um banner com quatro telas em sequência, o que garante mais dinamismo à mensagem e permite transmitir mais informações sem que a peça fique poluída devido à quantidade de conteúdo. O fato de se tratar de apenas um banner em quatro etapas é óbvio. Percebe-se claramente que as informações expostas nas quatro telas são complementares e que há uma ordem em sua leitura: 1. Conceito principal da campanha; 2. Apresentação do serviço (Linha de Turismo Erechim); 3. Descrição dos diferenciais e atrações do serviço; e 4. Call to action e dados do anunciante. Isoladamente, elas não fazem sentido; apenas juntas ganham coerência. E, vale dizer que, se o edital solicita a criação de um banner on line e a agência imediatamente supõe se tratar de um banner estático, simples, isso pesa contra o conhecimento e a capacidade criativa da agência, que deveria sempre



Estado do Rio Grande do Sul

**MUNICÍPIO DE ERECHIM**  
**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354

Fone: 54 3520 7000

99700-000 Erechim – RS

sugerir ideias e formatos diferenciados quando há possibilidade de fazê-lo. Da argumentação da TEMPERO, considerando a sua colocação na pontuação geral, o mais provável é, assim como com a TIG, absoluta má-fé da empresa.

2. Também como a TIG, a Tempero alega que a impugnante teria descumprido o edital ao utilizar capa dura no seu caderno do invólucro B. Não há, entretanto, qualquer descumprimento a ser reconhecido. Capa dura não é parâmetro incluído no rol de critérios de pontuação. Capa dura não figura entre os quesitos a serem pontuados no item 7, letra B, do edital. Logo, impossível este elemento configurar alguma diferenciação ou vantagem no momento da Subcomissão Técnica julgar o conteúdo do invólucro B. Considerando se tratar do invólucro B, com relação ao qual não há necessidade de anonimato, eventual previsão de padronização não se constitui em elemento desclassificatório. Segundo o argumento expressado no recurso, também estariam todos os concorrentes obrigados a apresentar folder e pendrive no caderno do invólucro B e obrigados a incluir bolsos para acomodação destes. Reiteramos que nos parece, à toda evidência, não ser o caso. Desta forma, sem procedência o pedido de desclassificação da TEMPERO.

3. Também como a TIG, a Tempero reivindica a desclassificação da JSMAX por suposta irregularidade na apresentação do seu repertório – item 4.4.2 do Repertório. Na esmagadora maioria dos editais para concorrência de serviços de publicidade, repertório e relatos de soluções de problemas de comunicação são demonstrações totalmente distintas. Enquanto o primeiro (Repertório – item 4.4.2) solicita um conjunto de trabalhos concebidos e veiculados pela proponente, com limitação apenas no número de peças, e com ficha técnica com indicação do problema que a peça se propôs a resolver, entre outras informações, o segundo (Cases - item 4.4.3) exige 2 relatos, também com limitação no número de peças a serem apresentadas, com a descrição textual dos problemas enfrentados e as soluções encontradas para os clientes escolhidos pela proponente. Ora, o edital é extremamente claro em sua orientação. E foi exatamente o que a JSMAX apresentou. Quanto à suposta inobservância à resposta da Comissão ao questionamento realizado pela recorrente, tampouco lhe assiste qualquer razão no que concerne aos argumentos sustentados no recurso. A recorrente interpreta de maneira equivocada o edital, e tenta buscar a desclassificação da impugnante com base nisso. Contudo, novamente, não procede o apontamento e pedido de desclassificação apresentado.

4. Conforme todos os esclarecimentos trazidos pela JSMAX até este momento, o atendimento ao item 4.4.3 também é indubitável. Conforme determina o item 4.4.3 a JSMAX apresentou 2 (duas) páginas sob a forma de textos descritivos para relatar seus 2 (dois) cases. De forma cristalinamente clara, respeitou o limite máximo de duas páginas. Da mesma forma, foi respeitado a limitação de inclusão de 3 (três) peças publicitárias para cada um dos cases. Na sequência, antecedendo cada uma das peças, temos apenas a apresentação de



Estado do Rio Grande do Sul

**MUNICÍPIO DE ERECHIM**

**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354

Fone: 54 3520 7000

99700-000 Erechim – RS

cada uma dessas peças. Ainda, os 4 (quatro) quesitos de pontuação dos relatos de soluções de problemas de comunicação (item 7, letra B, III, do edital) não alcançam a simples apresentação das peças publicitárias. Logo, não assiste qualquer razão à recorrente.

5. Alega a recorrente que esta impugnante teria apresentado o seu caderno de Informações do Proponente (invólucro B) com fotos, encadernado e, de modo geral, com informações além do exigido no edital, o que lhe teria conferido vantagem competitiva ilegal. Novamente, sem qualquer razão a recorrente. O primeiro ponto a ser salientado é que todo o rol de informações contidas no item 4.4.1 é apresentado na forma de conteúdo mínimo, como fica explicitado no próprio texto do edital. O item 4.4.1 do edital deixa claro que as informações devem conter, no mínimo, os requisitos elencados. Isso fica absolutamente claro, por exemplo, no subitem "c". Considerado o propósito da licitação, bem como os princípios da publicidade e da transparência, somente faria algum sentido restringir a quantidade e a qualidade das informações prestadas pelo concorrente com propósito específico, como seria o caso se as informações devessem ser prestadas no invólucro A, por exemplo, no qual é obrigatória a manutenção do anonimato. O caráter mínimo do rol do item 4.4.1 fica mais explicitado ante a leitura do item 7.3, letra B, I. Ora, o conjunto de informações contidas no edital faz transparecer que o conteúdo do proponente, como já dissemos, são as informações mínimas. Ademais, como já foi afirmado acima, a Administração Pública tem dever de transparência para com os administrados, o que significa que a iniciativa do concorrente de dar o máximo de transparência possível às suas informações, esclarecendo ao ente licitante de maneira completa tudo aquilo que estará disponível para a execução do contrato "deve ser seguida, e não repelida", como entende o TJRS sobre o tema. Pelo exposto, deve ser negado provimento ao recurso também quanto a esta matéria.

ANTE O EXPOSTO, a impugnante requer o recebimento da presente impugnação, dando-lhe o devido e legal processamento, na forma dos §3º e seguintes do art. 109 da Lei 8.666 de 1993, desprovendo os recursos das licitantes AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA., TEMPERO PROPAGANDA LTDA., CONEXÃO B ASSESSORIA E PUBLICIDADE LTDA., e REFERÊNCIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA., no que diz respeito à parte dos recursos direcionada a esta impugnante, bem como no que concerne aos requerimentos de nulidade do certame, conforme fundamentado acima.

**TEMPERO PROPAGANDA LTDA.:**

**CONTRARRAZÕES**

**Da improcedência do Recurso da Agência JSMAX:**



Estado do Rio Grande do Sul  
**MUNICÍPIO DE ERECHIM**  
**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354  
Fone: 54 3520 7000  
99700-000 Erechim – RS

Quanto ao suposto descumprimento do subitem 4.2.3.1. do edital, a empresa TEMPERO PROPAGANDA LTDA teria desrespeitado o Edital, por sugerir “a inclusão da campanha nas redes sociais, com o uso do Facebook como meio”.

O subitem 4.2.5.1 do Edital é claro ao determinar que a Agência Licitante deve apresentar as peças solicitadas na “Ideia Criativa”, no entanto deve fazer a defesa de quais peças precisarão ser utilizadas na campanha publicitária. Dessa forma, fica claro que o objetivo do Município é que os concorrentes apresentem campanhas efetivas, que tragam resultados à Linha Turismo Erechim.

A TEMPERO PROPAGANDA LTDA, seguiu rigorosamente o número de peças exigidas na “Ideia Criativa”, entendendo que, para sua “Estratégia de Mídia e Não Mídia” trazer resultados, deveria apresentar peças adicionais à campanha.

No que diz respeito ao item 4.2.3.1 do Edital, a Recorrida teria utilizado “tanto o anúncio de jornal quanto o anúncio de revista no seu conteúdo”, enquanto o Ato Convocatório teria determinado o uso de um ou de outro.

A Recorrida apresentou corretamente as 8(oito) peças solicitadas na “Ideia Criativa”, indicando apenas o anúncio de jornal onde pedia jornal ou revista.

Porém na “Estratégia de Mídia e Não Mídia”, a Recorrida apresentou o anúncio de revista e defendeu o motivo do seu uso, igualmente amparada no disposto no subitem 4.2.5.1.

Por fim, quanto ao descumprimento do subitem 4.2.3.1 por sugerir a “criação, produção e distribuição de um squeeze como brinde aos participantes da Linha Turismo”, supostamente extrapolando o limite de 8(oito) peças de comunicação.

Não há o que se falar em desrespeito ao Edital, na medida em que a Recorrida apresentou peças que entende efetivas para a campanha, obedecendo estritamente o que exigiu o edital para o quesito “Ideia Criativa”.

Quanto ao não atendimento do subitem 4.2.5.1 do Edital, apontado pela empresa JS MAX, a qual sustenta que a Recorrida não teria defendido as peças descritas no subitem 4.2.3.

Ao defender o veículo de comunicação, a defesa da própria peça em si já é feita, a partir do momento em que se explica, por exemplo, qual público lê um jornal, qual sua faixa etária, o alcance desse meio, sexo, entre outras informações. Noutros termos, a Agência está reforçando o porquê do uso dessa mídia.

Verifica-se na proposta da Recorrida que estão claros os motivos de uso de cada mídia e veículo de comunicação, trazendo dados de consumo e tratando da importância de cada meio.

De tudo, conclui-se que ao desclassificar a Recorrida pelos motivos elencados pela Recorrente importaria em violação aos princípios da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo das propostas e da isonomia.



Estado do Rio Grande do Sul  
**MUNICÍPIO DE ERECHIM**  
**PREFEITURA MUNICIPAL**  
Praça da Bandeira, 354  
Fone: 54 3520 7000  
99700-000 Erechim – RS

#### **Quanto ao recurso da Agência TIG:**

Descumprimento do subitem 4.2.3.1, a Recorrida apresentou de acordo com o Edital as medidas do cartaz A3, e utilizou o papel solicitado, ou seja, couchê 120g, o que pode ser comprovado mediante apresentação de declaração da empresa que imprimiu o material, ou outra forma de que a Comissão de Licitações entender necessário, lembrando que uma análise da gramatura só pode ser feita com instrumentos corretos e profissionais de medida de gramatura, não com base em “achismos”, como fez a Recorrente.

Quanto ao suposto **descumprimento do subitem 4.4.4 do edital**, o subitem supostamente violado indica a formatação do texto da proposta técnica – fonte “arial”, tamanho 12 pontos, o que fora observado pela recorrida, nos exatos termos exigidos em edital.

Ainda, referente a numeração de páginas, conforme previsão do item 4.4.4. do edital foi também integralmente observado pela recorrida a numeração, sendo que tão somente deveriam ser “numeradas em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página”.

Quanto ao suposto **descumprimento do subitem 4.2.5 do edital**, onde supostamente a recorrida deveria ser desclassificada pois “utilizou nos custos internos valores totalmente divergentes dos previstos na Tabela SINAPRO do RS”, contrapõe dizendo que utilizou valores reais e em conformidade com a tabela, alegando que nem todos os custos precisam ter exatamente o valor final da Tabela, ou seja, a soma da criação + finalização + supervisão, uma vez que algumas peças não possuem, necessidade de todos esses itens.

Conclui, em relação a suposta violação dos valores do subitem supracitado que não há qualquer incongruência no valor apresentado, conforme pode ser confirmado pelo e-mail trocado com o próprio jornal (Jornal Bom Dia), anexado no recurso de contrarrazões, que sustentou preocupação com a economicidade da verba, oportunamente questionando o alto custo apresentado pelo jornal para publicação de uma página, conseguindo negociação para essa vinculação, mesmo tratando-se de campanha simulada.

Quanto ao suposto **descumprimento do subitem 4.3.3. do edital**, onde supostamente teria violado o mesmo apresentando o invólucro “A” (Via Identificada) sem espiral preto.

Dessa forma, recorrida sustenta que ao indicar que o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada é uma cópia da Via Não Identificada, o edital refere-se ao CONTEÚDO, ou seja, que a formatação e a disposição do conteúdo, principalmente inicial, seja o mesmo em ambos os envelopes, já que o intuito é apenas o de identificar e saber de qual Agência se trata, sendo que geralmente, ao ler o primeiro parágrafo, já é possível identificar de qual licitante se trata o caderno.

Ainda, alega que o edital não exigiu que esse caderno, da via identificada,



Estado do Rio Grande do Sul

**MUNICÍPIO DE ERECHIM**

**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354

Fone: 54 3520 7000

99700-000 Erechim – RS

também com espiral preta, como o caderno da via não identificada; apenas que o conteúdo de ambos os invólucros tenha o mesmo teor, exigência essa que foi para recorrida plenamente atendida.

Salientou que a exigência do espiral só é feita no primeiro caderno, o da via não identificada, justamente para padronizar as apresentações e não permitir identificação, sendo que o caderno identificado, por seu turno, como o próprio nome sugere, já deixa claro qual é a empresa, de modo que, se conter grampo, folhas soltas ou outro acabamento, em nada afeta a apresentação, logo, outras Agências também apresentaram seus cadernos dessa mesma forma.

Ainda, sobre a suposta violação do disposto subitem 4.3.3. do edital por não ter identificado "o representante legal com poderes de representação" no Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada, não merece prosperar. A falta do nome de quem está assinando na última página do Plano de Comunicação Publicitária é um mero detalhe, incapaz de validar todo o conteúdo da proposta técnica.

A Recorrida ainda aduz que em recurso, a AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA alega que houve violação ao disposto no item 4.4.4. Porém, o envelope B é claramente identificado. A Recorrente está se aproveitando de um trecho do edital que dá a entender que esse caderno deveria seguir as mesmas regras do caderno não identificado. Observa também que de qualquer forma, a Recorrida utilizou em toda a sua proposta fonte Arial, tamanho 12, texto justificado, com espaçamento simples entre linhas e páginas numeradas em algarismos arábicos no canto inferior direito.

A Recorrida, se defendeu em demais pontos apresentados em recurso, os quais tratavam da Capacidade de Atendimento, no quesito atestado de execução de serviços de natureza publicitária (item 4.4.1 alínea "d") ; aos relatos de solução de problemas de comunicação (item 4.4.3 alínea "a").

Por fim, a empresa TEMPERO PROPAGANDA LTDA pede que sejam julgados improcedentes os recursos das concorrentes, no que diz respeito a sua classificação, mantendo assim a empresa classificada para a próxima fase do certame.

É o Breve Relatório.

### **Fundamentação**

Sob o ponto de vista formal, os recursos e contrarrazões atendem à legalidade e ao instrumento convocatório, sendo que as partes manifestaram-se tempestivamente.

Assim sendo, passa-se à análise do mérito.

As recorrentes usam de seu direito para provocar a autoridade administrativa à



Estado do Rio Grande do Sul

**MUNICÍPIO DE ERECHIM**

**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354

Fone: 54 3520 7000

99700-000 Erechim – RS

manifestar-se acerca de pontos/atos que, a seu ver, podem apresentar lacunas e obscuridade e até mesmo erros formais.

Iniciamos o saneamento dos pontos contravertidos frisando que, inserido no contexto deste processo licitatório, o parecer ora exarado fundamentar-se-á nos princípios basilares da isonomia, da igualdade, da impessoalidade, da legalidade, da moralidade, da razoabilidade, culminando em um ato dentro dos limites da probidade administrativa.

Ainda, salientamos às licitantes que a contratação de serviços de publicidade por parte da Administração se submeteu às regras previstas na Lei nº 12.232/2010. Tal diploma legal regulamenta a contratação de agências de propaganda, sendo, portanto, de observância obrigatória do Município.

**Quanto à análise dos recursos e contrarrazões por parte da Subcomissão Técnica:**

A Comissão Permanente de Licitações atendeu todos os dispositivos e requisitos contidos em Edital e Leis que regulam o tema, adotando uma posição correta em relação à condução dos trabalhos, assegurando a transparência e segurança das empresas na condução do certame. Porém, importante salientar que no universo desta licitação, a equipe da Subcomissão Técnica está incluída, participando nas fases que lhe compete, devendo atender às regras e dispositivos legais.

Cabe salientar que as razões apresentadas pelas licitantes, em sua maioria tratam da competência da Subcomissão Técnica. Considerando que a Comissão de Licitações, se ampara nas decisões da Subcomissão Técnica, como no caso em tela, remeteu o processo contendo os recursos e contrarrazões, para análise e parecer.

Os membros da Subcomissão Técnica se reuniram e emitiram o seguinte parecer, transcrito a seguir:

***“Prefeitura Municipal de Erechim  
Edital de Concorrência Nº 03/2018***

*No período de 17 à 24 de Junho de 2019, na sala de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Erechim, situada na Praça da Bandeira, reuniram-se os membros da Subcomissão Técnica do Edital de Concorrência Nº 03/2018, Carlos Alberto da Silveira, Andrei Jarentchuk e Cristiane Bohn Rhoden, oportunidade em que realizaram a avaliação das razões e contrarrazões levantadas pelas agências de publicidade.*

*Os membros da Subcomissão Técnica ressaltam que as avaliações individuais foram feitas baseadas na maior lisura e em hipótese alguma se buscou privilegiar alguma das concorrentes. As peças foram analisadas uma a uma, com pontuação individual, após todas as notas foram transcritas para um relatório final, encaminhado à Comissão Permanente de Licitações da Prefeitura Municipal de Erechim.*

*Os membros também esclarecem que, por um erro coletivo, não se obedeceu a questão da diferença mínima dos vinte por cento (20%) que uma nota deveria ter entre uma e outra agência em seus requisitos, ficando, desta forma, uma diferença acentuada entre a primeira e a segunda etapa de envelopes.*



Estado do Rio Grande do Sul

**MUNICÍPIO DE ERECHIM**

**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354

Fone: 54 3520 7000

99700-000 Erechim – RS

*A posteriori, através da solicitação da Comissão Permanente, a Subcomissão reuniu-se novamente no dia 29 de março de 2019 para justificar as notas que estavam fora dos vinte por cento (20%), pontuando as suas resoluções acerca de cada nota colocada no relatório final.*

**Dos Recursos:**

**Referência Comunicação e Marketing LTDA:**

*A agência citada questiona a análise conjunta das notas, sem uma justificativa apontada para cada peça, fato que a Subcomissão questiona, pois, todas foram analisadas separadamente e as notas dadas conjuntamente.*

*Engenho de Ideias: Com relação ao fato de que a mesma apresentou quatro banners de internet, a Subcomissão, em consenso, avalia que a agência deveria ter apresentado apenas um banner, conforme as demais apresentaram seguindo o edital.*

*No que se refere a capa dura, a Subcomissão aponta que este requisito não foi analisado pelos membros, que ficaram atentos ao briefing da campanha.*

*Tempero: Com relação a sugestão de outras mídias para a avaliação e consequente colocação de notas, a Subcomissão deixa claro que este ponto não foi avaliado em separado do conjunto, ou seja, tudo foi avaliado num único momento.*

*Conexão: No que se refere ao desconto de 80%, o que deveria ser de 100% para os custos internos da agência, acata-se a justificativa da mesma.*

*TIG: A Subcomissão avalia que as medidas da mídia "anúncio de jornal", fora das medidas, não apresentaria nenhum problema para sua desclassificação, visto que as medidas não foram avaliadas, mas sim a peça e a sua linguagem.*

*Com relação a rasuras realizadas pela Subcomissão, deixa claro que constam apenas no papel rascunho e não na nota final em folha ofício impressa sem dúvidas a respeito das mesmas. Foram avaliadas caso a caso e, em conjunto, finalizada a nota.*

*Quando se pontua que a posteriori foi feita uma nova análise, a Subcomissão deixa claro que a mesma foi realizada a pedido da Comissão Permanente de Licitações que pontuou que as notas não poderiam ser modificadas, o que daria uma maior proximidade entre uma agência e outra.*

**Tempero Propaganda:**

*Engenho de Ideias: Agência novamente citada com relação ao número de banners eletrônicos, ou seja, a apresentação de quatro peças ao invés de apenas uma, não atendendo as especificações do edital da Comissão Permanente. Também estaria diferenciada das demais no que se refere a capa dura para a apresentação dos trabalhos, o que poderia colocá-lo em evidência, ponto apresentado por todas as demais agências torna o fato agravante.*

*Agência Tempero também pontua uma série de irregularidades que fogem do edital de concorrência, o que na visão da Subcomissão não interferiu para a soma das notas, mas que para as demais concorrentes torna-se um fato que foge dos preceitos estabelecidos pelo edital, o que a coloca em evidência perante todas as demais.*

**TIG:**

*Agência pontua que houve um erro no que se refere a não mudança das notas, o que daria uma maior aproximação entre uma e outra devido aos 20% que seriam acrescentados nas quatro agências que continuaram no certame.*

*JSMAX: Conforme a TIG, teria infringido requisitos de ordem formal, ou seja, graves ofensas a dispositivos referentes a licitações de agências de Publicidade e Propaganda. Agência teria usado de outra forma o tema para a campanha estabelecida pelo município de Erechim, de Turismo Rural para Linha Turismo Erechim, o que teria ocasionado uma fuga do tema proposto. Outro ponto questionado pela TIG é quanto ao uso da palavra Ar Puro e Puro ar, o que para a Subcomissão em nada fere a temática das peças ou das apresentações.*

*Ainda dentro dos questionamentos, o uso de 04 banners ao invés de apenas um conforme o edital, de acordo com a JSMAX, caracteriza a animação em papel para que a mensagem fosse dada e analisada, o que para a TIG os valores se dariam acima do estabelecido. A subcomissão concorda que os demais banners apresentados acarretariam no aumento do valor estabelecido no edital para a campanha.*

*TEMPERO: Também, conforme a recorrente, a Tempero Propaganda teria infringido os requisitos constados no edital de concorrência, atentando contra as regras estabelecidas no Edital de convocação, o que, a seu ver, passíveis de desclassificação. Outra irregularidade apontada, seria quanto a apresentação de forma errônea, em descompasso com o previsto no edital, a exemplo seria o uso Cartaz e não do papel A3, como o uso da fonte e suas especificações. A subcomissão declara que avaliou apenas o desenvolvimento da arte e não se ateu as dimensões.*

*A Agência teria usados valores divergentes dos previstos na Tabela SINAPRO/RS. Outro valor apontado seria com relação ao Jornal Bom Dia que, de acordo com as demais agências, teria*



Estado do Rio Grande do Sul  
**MUNICÍPIO DE ERECHIM**  
**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354  
Fone: 54 3520 7000  
99700-000 Erechim – RS

*apresentado um valor diferente do que consta em sua grade de valores, o que acarretaria um aumento de valor do que o estabelecido. A Subcomissão declara que, tendo tabela assinada pelo veículo de comunicação com desconto, o valor passa a ter validade.*

**JSMAX:**

*Para as agência, TIG e Tempero teriam descumprido as normas do edital sobre a apresentação de peças conforme o briefing estabelecido pela Comissão Permanente de Licitações.*

*A mesma declara que obteve sua pontuação de forma diferenciada das demais, não pela interferência da Subcomissão de acordo com as demais agências, mas pelo resultado de sua apresentação, em especial no segundo envelope quando todas passaram a ser conhecidas.*

*Quanto a Tempero Propaganda, também conforme a JSMAX, teria descumprido as regras do edital, momento em que sugere a inclusão da campanha nas redes sociais, com o uso do Facebook. Teria descumprido a apresentação de peças, ultrapassando o estabelecido no edital. A Subcomissão declara que na análise não considerou a peça Facebook como possibilidade de acrescentar ou diminuir nota.*

**Considerações finais da Subcomissão Técnica:**

*Analisando todos os recursos apresentados pelas Agências que participaram do referido certame, a Subcomissão Técnica justifica que:*

*- Não foi responsável pela desclassificação de nenhuma Agência, uma vez que avaliou o que foi apresentado no Briefing, não se atendo a detalhes, mas a criatividade e resolutividade das peças apresentadas.*

*- Com relação a análise de todas as agências concorrentes, a Subcomissão técnica de uma forma transparente, realiza neste momento o equilíbrio das notas no segundo envelope das agências participantes.*

*- Na avaliação relacionada a produção da peça Banner On-line onde foi apresentada quatro modelos, a Subcomissão destaca que houve o descumprimento do Edital. Quanto a capa dura do material apresentado pela Engenho de Ideias, não teria alterado a análise da Subcomissão.*

*- Para finalizar esta Subcomissão Técnica esclarece que: o principal propósito do trabalho feito pelos membros foi a avaliação técnica da criação e elaboração de uma campanha publicitária relacionada ao incentivo do turismo rural do município de Erechim.*

*Para equilíbrio de pontuação do segundo envelope, segue abaixo nova tabela.*

**Agência – Pontuação**

*Engenho ideias 38,65*

*Tig 34,38*

*Referência 30,38*

*Conexão 29,19*

*Tempero 26,40*

*Foco 26,38*

Erechim, 24 de junho de 2019  
Subcomissão Técnica

Andrei Jarentchuk  
Carlos Alberto da Silveira  
Cristiane Bohn Rhoden "

A Comissão de Licitações solicitou exaustivamente que a Subcomissão Técnica se manifestasse de maneira clara e objetiva, apresentando decisões explícitas, para que se cumprisse a finalidade de responder às licitantes e dar prosseguimento à licitação. Após receber o ofício dos membros da Subcomissão Técnica, esta Comissão de Licitações tem o dever de se manifestar quanto ao parecer.

Do parecer eivado de lacunas, destacamos o trecho que diz: **“Para a agência, a TIG e Tempero teriam descumprido os normas do edital sobre a apresentação de peças conforme o briefing estabelecido pela Comissão Permanente de Licitações.”**



Estado do Rio Grande do Sul

**MUNICÍPIO DE ERECHIM**

**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354

Fone: 54 3520 7000

99700-000 Erechim – RS

esclarecemos que o Briefing é parte integrante do processo licitatório e foi recebido juntamente com os demais documentos emitidos pela Secretaria Municipal de Comunicação Social. Sendo necessário frisar que o Briefing foi confeccionado por profissional da Secretaria requisitante, não havendo nenhuma interferência da Comissão de Licitações.

Ademais, a análise feita pela Subcomissão Técnica não supriu totalmente os questionamentos feitos pelas licitantes Recorrentes, mesmo após a Comissão de Licitações solicitar maior objetividade por meio de diligência. As Recorrentes deveriam ter obtido uma resposta com efeito conclusivo, porém faltou por parte da Subcomissão Técnica a clareza de informações, não podendo a Comissão de Licitações ultrapassar o limite do que lhe é permitido perante os atos da Subcomissão Técnica.

Por isso, nos ateremos a reproduzir o parecer da Subcomissão Técnica nos quesitos e requerimentos que lhe couberam, assim como de forma fundamentada e argumentativa as matérias trazidas em recurso que cabem a esta Comissão de Licitações.

#### **Quanto à competência da Comissão Permanente de Licitações para desclassificação das propostas:**

*Art 1º, § 2º da Lei 12232/10 assim dispõe:*

*Art. 1º Esta Lei estabelece normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.  
(...)*

*§ 2º As Leis nºs 4.680, de 18 de junho de 1965, e 8.666, de 21 de junho de 1993, serão aplicadas aos procedimentos licitatórios e aos contratos regidos por esta Lei, de forma complementar.*

Conjuntamente com o Art. 6º, inciso XVI e art. 48 da Lei 8.666/93:

*Art. 6º Para os fins desta Lei, considera-se:*

*XVI - Comissão - comissão, permanente ou especial, criada pela Administração com a função de receber, examinar e julgar todos os documentos e procedimentos relativos às licitações e ao cadastramento de licitantes.*

*Art. 48. Serão desclassificadas:*

*I - as propostas que não atendam às exigências do ato convocatório da licitação;*

Dos trechos colacionados acima, verifica-se que nos casos não previstos na Lei 12.232/2010 que disciplina a contratação de serviços de publicidade, aplica-se de forma complementar a Lei 8.666/1993 que disciplina as licitações e contratos administrativos, o que ocorreu no caso concreto.

Conforme pode-se verificar na ata de julgamento, na proposta das licitantes desclassificadas pela CPL, verificou-se falta de atendimento nas obrigações editalícias, sendo então momento inoportuno a devolução dos documentos para análise da Subcomissão Técnica, considerando que os trabalhos que cabiam a esta Subcomissão já haviam se



Estado do Rio Grande do Sul  
**MUNICÍPIO DE ERECHIM**  
**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354  
Fone: 54 3520 7000  
99700-000 Erechim – RS

exaurido. Neste caso, não caberia a aplicação do art 11, § 4º, III, pois a Subcomissão já teria proferido último ato, conforme dispomos abaixo:

*Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.*

*(...)*

*§ 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:*

*(...)*

*III - análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6º desta Lei;*

*IV - elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso; (grifo nosso)*

Viés da isonomia e da competitividade, a lei determina que o formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes. Esta a regra se aplica para um julgamento imparcial e lisura da licitação, sem identificação dos licitantes por meio da proposta com apresentação idêntica entre eles.

*Art. 6º A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2º, e às seguintes:*

*(...)*

*III - a proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente;*

*(...)*

*XII - será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;*

*XIII - será vedada a aposição ao invólucro destinado às informações de que trata o art. 8º desta Lei, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;*

*XIV - será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos incisos XII e XIII deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório.*

A propósito, o inciso XIV do art. 6º da Lei nº 12.232/10 citado acima, é categórico ao prescrever a desclassificação dos licitantes que desatenderem aos incisos XII e XIII do mesmo artigo. A identificação das propostas técnicas, ainda que por elementos indiretos, em face do descumprimento das exigências de padronização, importa na desclassificação das respectivas propostas.

A intenção do legislador de proibir a identificação dos licitantes autores dos planos de comunicação é evidente e foi ressaltada inúmeras vezes durante a tramitação do Projeto de Lei que deu origem à Lei nº 12.232/10. Leia-se trecho de autoria do Deputado Federal



Estado do Rio Grande do Sul  
**MUNICIPIO DE ERECHIM**  
**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354  
Fone: 54 3520 7000  
99700-000 Erechim – RS

José Eduardo Cardozo, autor do Projeto de Lei:

*"(...) Dentro dos mesmos objetivos, o projeto busca, ainda, alterar o processamento da licitação de serviços de publicidade, fazendo com que, durante o julgamento da proposta técnica sejam desconhecidos, dos membros da comissão de licitação, os autores das propostas que serão julgadas."*

Deste modo, não existiam motivos para remeter as propostas à Subcomissão, para elaboração de novo parecer acerca do assunto, uma vez que os critérios automáticos, apontados pela CPL, os quais desclassificaram licitantes, eram gritantes e não tratavam da da objetividade da proposta, mas sim da aplicação das obrigações pertinentes à apresentação das propostas, com o intuito de se descartar qualquer tentativa de identificação das propostas técnicas.

**Quanto aos recursos que apontam empresas licitantes que não teriam cumprido com o valor da tabela SINAPRO:**

O valor apresentado no Briefing (R\$ 250.000,00) serve apenas como referência para a agência desenvolver a campanha publicitária, condizente com os objetivos de comunicação, públicos a serem atingidos, período indicado, etc.

Ademais como se percebe, em nenhum momento do edital se exige exatamente o valor da verba informada, sendo que nos meios licitatórios desses serviços, a expressão numérica da estratégia de mídia recebe o nome de "simulação". Neste caso trata-se de resumo em que devem constar o que foi selecionado em termos de meios, veículos e formatos, acompanhado de custos previstos das peças publicitárias utilizadas e dos recursos de não mídia aplicados. Como bem argumentado nas contrarrazões as empresas informaram que elaboraram suas propostas com base em documentos válidos, vigentes e firmados pelos representantes dos veículos.

Nesse sentido, transcrevemos a seguinte decisão:

*MANDADO DE SEGURANÇA. VINCULAÇÃO AO EDITAL. COMPROVAÇÃO DAS EXIGÊNCIAS. DIREITO LÍQUIDO E CERTO DEMONSTRADO. SENTENÇA REFORMADA. - O desrespeito quanto ao valor no Plano de Comunicação, de fato, viola a garantia do interesse público e fere os princípios licitatórios da impessoalidade e da isonomia, na medida em que, ao não observar o limite da verba especificada no edital, a empresa leva vantagem tecnicamente em relação à proposta das demais. - Assim, a desclassificação da licitante, conforme previsto no edital, é medida que se impõe. (Desembargador Luís Carlos Gambogi). (V.V.) APELAÇÃO CÍVEL. DIREITO ADMINISTRATIVO. MANDADO DE SEGURANÇA. LICITAÇÃO. SERVIÇOS DE PUBLICIDADE. LEI FEDERAL 12.232/10. CONCORRÊNCIA. TÉCNICA E PREÇO. CLASSIFICAÇÃO. RECURSO ADMINISTRATIVO INDEFERIDO. VINCULAÇÃO AO EDITAL. PRINCÍPIO DA RAZOABILIDADE. COMPROVAÇÃO DAS EXIGÊNCIAS. AUSÊNCIA DE VIOLAÇÃO A DIREITO LÍQUIDO E CERTO. SENTENÇA CONFIRMADA. - O Mandado de Segurança mostra-se via apropriada para as hipóteses de proteção a direito líquido e certo que tenha sido vilipendiado por ato praticado por autoridade coatora, segundo se conclui do panorama normativo de mencionada via mandamental, em especial o disposto no artigo 5º, inciso LXIX, da Constituição da República, combinado com o*



Estado do Rio Grande do Sul  
**MUNICÍPIO DE ERECHIM**  
**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354  
Fone: 54 3520 7000  
99700-000 Erechim – RS

*artigo 1º da Lei 12.016/09. - A licitação de serviços de publicidade é regulamentada pela Lei 12.232/10. - A proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no "briefing", e de um conjunto de informações referentes ao proponente, e será destinada a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes, desclassificando-se aqueles que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório. - O não atendimento ao limite máximo do valor considerado no edital para o desenvolvimento do plano de comunicação o publicitária não acarreta a desclassificação do proponente na fase de análise da proposta técnica, servindo apenas como critério para a pontuação que lhe for dada, de modo que o ato de desprovisionamento do recurso administrativo contra classificação de concorrente não configura violação a direito líquido e certo. (Desembargador Moacyr Lobato): (TJ-MG - AC: 10702130838650003 MG, Relator: Moacyr Lobato, Data de Julgamento: 07/05/2015, Câmaras Cíveis / 5ª CÂMARA CÍVEL, Data de Publicação: 15/05/2015)*

Por esta exposição fática, a Comissão de Licitação, manifesta-se no sentido de não acolher os recursos no que diz respeito ao não atendimento dos valores da Tabela SINAPRO.

**Quanto às alegações que de que as notas dos membros da Subcomissão Técnica deveriam ser julgadas individualmente:**

Vejamos o que dispõe a Lei 12.232/2010, Art. 11, § 4º, incisos III, V e VI.

*Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.*

*(...)*

*§ 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:*

*(...)*

*III - análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6º desta Lei;*

*(...)*

*V - análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º desta Lei, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;*

*VI - elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;*

Primeiramente, não há que se falar em nulidade do processo licitatório, sob a alegação de não existir avaliação individualizada. Têm-se na aplicabilidade da lei, que a análise é individual, elaborada de forma independente por cada membro da Subcomissão Técnica, mas não se diz que a justificativa deve ser pormenorizada. Tanto que, quando a lei fala em "análise individualizada" é de fato o que ocorreu, cada avaliador aplicou a sua nota em análise às propostas não identificadas.

As avaliações foram feitas de forma individual, os documentos da avaliação estão assinados por cada integrante da subcomissão técnica. Não há a comprovação de ausência de análise individualizada, pois estas compuseram a avaliação de todas as proponentes, tanto



Estado do Rio Grande do Sul  
**MUNICÍPIO DE ERECHIM**  
**PREFEITURA MUNICIPAL**  
Praça da Bandeira, 354  
Fone: 54 3520 7000  
99700-000 Erechim – RS

em suas planilhas de pontuações quanto no relatório final, e ainda na subdivisão dos quesitos e subquesitos distribuídos entre os três avaliadores.

As contrarrazões apresentadas pela empresa JS MAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA, representam com breve explicação a ação da Subcomissão, reproduzimos abaixo:

*“Segundo afirma a Recorrente, em uma leitura equivocada da lei, cada membro da Subcomissão Técnica teria o dever de apresentar fundamentação para atribuição das notas de cada concorrente. Mas quando o legislador positiva a necessidade de “análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º da Lei” está registrando a necessidade tão somente de análise (atribuição valorativa/notas) individualizada e não de julgamento (fundamentação e atribuição justificada) individualizado. Há individualização da composição da Subcomissão e não do julgamento monocrático das propostas por membro da Subcomissão. Assim, como se pode ver da documentação do processo licitatório, as justificativas das notas foram sim realizadas e publicadas de forma individualizada, conforme consta nas Atas de Julgamento do dia 11/02/2019 e 15/02/2019. A Comissão obedeceu à disposição da Lei, realizando diligência com o objetivo de esclarecer informação de competência da Subcomissão Técnica, que não modificou as notas das concorrentes após sua identificação.”*

Ressaltamos que a ata oriunda da análise individualizada e julgamento, foi elaborada com parecer uno, em cumprimento a Lei 12.232/2010, Art. 11, § 4º, inciso VI.

**Quanto a diligência remetida à Subcomissão Técnica, para justificativa das notas:**

Transcrevemos a diligência elaborada pela Comissão de Licitações:

*“Na data de 21 de fevereiro de 2019, em sessão aberta a todos os interessados, na sala da Comissão Permanente de Licitações da Prefeitura Municipal de Erechim, foram abertas as caixas que continham os envelopes dos invólucros das Propostas Técnicas vias não identificadas e Informações do Proponente e suas respectivas avaliações elaboradas e entregues pela Subcomissão Técnica.*

*Após análise, a Comissão Permanente de Licitações verificou que a avaliação não contemplou o item 7.4, subitem 7.4.1 e 7.4.2 (7.4.1. Se na avaliação de um quesito ou sub-quesito a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima definida neste edital, os membros da subcomissão reavaliarão a nota atribuída, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações; 7.4.2. Caso os avaliadores das pontuações destoantes entenderem por não retificar a nota atribuída, deverão registrar suas justificativas em ata, que será assinada por todos os membros da subcomissão técnica).*

*Sendo que, já foram abertas as vias identificadas não há o que se falar em reavaliação, mas sim, deverão ser feitas as justificativas das notas, conforme itens supracitados do edital.*

*Requeremos que a Subcomissão se reúna e sane o apontamento acima a fim de evitar que suscite a nulidade da avaliação em sede de recurso pelas licitantes.*

*Solicitamos que nos seja retornado na maior brevidade possível.”*

As Recorrentes alegam haver descumprimento (anomalia) na aplicação da diligência, uma vez que deveria ter sido oportunizado à Subcomissão Técnica a reavaliação da pontuação aplicada na análise das propostas técnicas das licitantes. Salientam, que a Comissão feriu o disposto na Lei 12.232 no que diz respeito:



Estado do Rio Grande do Sul  
**MUNICÍPIO DE ERECHIM**  
**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354  
Fone: 54 3520 7000  
99700-000 Erechim – RS

**Art. 6º** *A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2º, e às seguintes:*

(...)

*VII - a subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;*

Conforme já mencionado neste recurso, no momento da diligência, os trabalhos que cabiam a Subcomissão Técnica já haviam se exaurido, sendo proferido o último ato, qual seja, elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária, de acordo com o disposto na Lei 12.232/2010, Art. 11, § 4º, inciso VI.

Obviamente, poderia ocorrer revisão nas notas, mas o momento correto dessa ação seria na fase recursal do julgamento das propostas técnicas. O recorrente que considerar propícia a revisão das notas, deve demonstrar, nas razões apresentadas, que houve equívoco na atribuição das notas técnicas, de acordo com os critérios objetivamente definidos no instrumento convocatório. Ou seja, o recurso deve demonstrar que as condições de pontuação previstas no edital não foram precisamente aplicados pela Subcomissão Técnica.

Com base nas informações concretas apresentadas nos recursos, há a possibilidade de reavaliar o julgamento, a fim de confirmar se foram ou não observados os critérios objetivamente descritos no edital. Confirmada a existência de equívoco, a reformulação da pontuação pode modificar o julgamento das propostas.

A Comissão de Licitações agiu com prudência ao solicitar que a Subcomissão Técnica não reformulasse as notas no momento da diligência. A solicitação de justificativa visou sanar apenas uma lacuna que se abriu quando em julgamento, a Subcomissão não justificou a diferença dos 20% previstos no edital, item 7.4, subitens 7.4.1 e 7.4.2. Percebe-se que disso não decorreu qualquer afronta à impessoalidade.

Portanto, se em fase recursal, as razões apresentadas pelas Recorrentes comprovarem eventual erro de notas, esta sim, deverá ser apurada pela Subcomissão Técnica.

Não se poderia admitir que a Comissão de Licitações solicitasse a reavaliação da pontuação conferida. Como já elucidado, a revisão da pontuação pode ocorrer, quando do julgamento das propostas técnicas, caso algum recorrente demonstrar, nas razões apresentadas, que houve equívoco na atribuição das notas por parte da Subcomissão Técnica, de acordo com os critérios objetivamente definidos no instrumento convocatório.

Por fim, atendendo a Subcomissão Técnica que, em seu parecer, decidiu por “equilibrar” a pontuação do segundo envelope, apresenta-se nova tabela, com a alteração da



Estado do Rio Grande do Sul  
**MUNICÍPIO DE ERECHIM**  
**PREFEITURA MUNICIPAL**

Praça da Bandeira, 354  
Fone: 54 3520 7000  
99700-000 Erechim - RS

pontuação final dos licitantes **CLASSIFICADAS**:

AGÊNCIAS	VIA NÃO IDENTIFICADA				B - PROPOSTA TÉCNICA			NOVA PONTUAÇÃO DO ENVELOPE B	SOMATÓRIO
	RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	REPERTÓRIO	RELATO DE SOLUÇÕES E PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO		
JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA	6,6	14	13,3	5,3	9,66	14,33	14,66	38,65	77,85
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA	7,6	14	16,6	7,6	7,66	10,33	10,66	34,38	80,18
TEMPERO PROPAGANDA LTDA	7,3	14,6	14,3	7	6	8	8	26,4	69,6
FOCO PROPAGANDA LTDA	5,6	8	12	7,3	6,33	7,66	8	26,38	59,28

Permanecem **DESCLASSIFICADAS** as empresas abaixo:

AGÊNCIAS	VIA NÃO IDENTIFICADA				B - PROPOSTA TÉCNICA			NOVA PONTUAÇÃO DO ENVELOPE B	SOMATÓRIO
	RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	REPERTÓRIO	RELATO DE SOLUÇÕES E PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO		
CONEXÃO B ASSESSORIA E PUBLICIDADE LTDA	7,6	14,6	16,6	7,3	6,33	9	9	29,19	75,29
REFERÊNCIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA	6	12,6	10,6	6	6	9,66	9,66	30,38	65,58

**Dispositivo**

Ante ao acima aludido, a Comissão Permanente de Licitações, com base nas decisões da Subcomissão Técnica e com auxílio da Diretora e da Coordenadora de Compras e Licitações, se manifesta no sentido de **NEGAR PROVIMENTO** aos recursos interpostos pelas empresas **TEMPERO PROPAGANDA LTDA, AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA, JS-MAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA, REFERÊNCIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA e CONEXÃO B ASSESSORIA E PUBLICIDADE LTDA e ACOLHER PARCIAL-MENTE** todas as contrarrazões apresentadas.

Encaminha-se o processo para apreciação superior.

Erechim, 25 de junho de 2019.

Letícia dos Santos Prativiera / Tifani Dagostini / Andréia Fruscalso  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES



Estado do Rio Grande do Sul  
**MUNICÍPIO DE ERECHIM**  
**PREFEITURA MUNICIPAL**  
Praça da Bandeira, 354  
Fone: 54 3520 7000  
99700-000 Erechim – RS

**Concorrência 03/2018**

**Processo 18170/2018**

Pelas razões e argumentos manifestados, acolho, pelos seus próprios fundamentos, o parecer dado, *NEGANDO PROVIMENTO* aos recursos interpostos pelas empresas **TEMPERO PROPAGANDA LTDA, AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA, JS MAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA, REFERÊNCIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA e CONEXÃO B ASSESSORIA E PUBLICIDADE LTDA** e *ACOLHENDO PARCIALMENTE* todas as contrarrazões apresentadas.

Neste ato informamos que os recursos e contrarrazões foram também analisados pela autoridade superior conforme requerido pelas Recorrentes e Recorridas, sendo por esta improvidos.

Erechim, 25 de junho de 2019.

---

VALDIR FARINA  
Secretário Municipal De Administração

---

LUIZ FRANCISCO SCHMIDT  
Prefeito Municipal  
Autoridade Superior