

DECISÃO RECURSO ADMINISTRATIVO

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 07/2022

EDITAL DE TOMADA DE PREÇOS Nº 01/2022

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA EM AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE, PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO À CÂMARA DE MUNICIPAL DE GRAMADO, EM CONFORMIDADE COM EDITAL E ANEXOS.

Trata-se da análise de Recurso Administrativo interposto pela empresa **PROPAGANDA FUTEBOL CLUBE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**, em face da abertura e análise dos envelopes n.º 1 e n.º 2 e pontuação geral indicada pela Comissão, no que tange a cada item da proposta técnica, ocorrida na 2ª sessão pública realizada no dia 11 de janeiro de 2023, no Processo Licitatório em epígrafe, bem como da análise das razões recursais interpostas pela empresa **GEMELO COMUNICAÇÃO EIRELE**.

1. DO RELATÓRIO

1.1 DO RECURSO ADMINISTRATIVO INTERPOSTO PELA EMPRESA PROPAGANDA FUTEBOL CLUBE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.

Em síntese, a empresa licitante arguiu e requer o seguinte:

- a) *Com base no item 9.4 do edital, bem como art. 48, I da Lei nº 8.666/93, seja reformada a decisão que classificou a proposta de preços da empresa recorrida, GEMELO COMUNICAÇÃO, sendo DESCLASSIFICADA por afronta ao edital da licitação, em especial pelo fato do vício material condizente a contradição e não identidade de conteúdo entre a proposta identificada e proposta não identificada, interferindo no conteúdo final proposto.*
- b) *Sucessivamente, a reanálise e reconsideração da pontuação técnica atribuída à recorrida, descontando-se os pontos atribuídos para os tópicos omissos e faltosos, bem como a reanálise da pontuação atribuída à recorrente, em total da ausência de objetiva motivação e fundamentação na pontuação que lhe foi atribuída.*
- c) *Por conseguinte, seja julgada vencedora a proposta classificada na ordem subsequente, qual seja, desta recorrente, PROPAGANDA FUTEBOL CLUBE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA, como medida de manifesto direito e lícita justiça;*

d) Se mantida a decisão, requer seja encaminhada à autoridade superior, conforme dispõe o art. 109 da Lei 8.666/93, para que analise e decida em última instância para reformar a decisão recorrida, eis que totalmente injusta e ilegal.

1.2 DO RECURSO ADMINISTRATIVO APRESENTADO PELA EMPRESA GEMELO COMUNICAÇÃO EIRELI.

Em síntese, a empresa licitante arguiu e requer o seguinte:

- a) Requer retificação da ata da segunda sessão, para deixar claro que não houve divergência no conteúdo dos envelopes nº1 e nº2.*
- b) Requer desclassificação da licitante Propagandafutebolclube, pelos motivos demonstrados no item 2.1 do recurso, cumprindo-se a cláusula 9.4 do edital.*
- c) Requer desclassificação da licitante Propagandafutebolclube, conforme fatos elencados no ponto 3.1 do recurso, cumprindo-se as cláusulas 3.1.3.2 (c) e 6.7(a) do edital.*

Assim, diante dos **RECURSOS ADMINISTRATIVOS** interpostos pelas licitantes, passa-se ao julgamento dos recursos, para ao final decidir:

2. DO JULGAMENTO DOS RECURSOS

Em princípio, cumpre-nos salientar que o processo licitatório em questão fora amplamente divulgado, conforme preceitua a Lei nº 8.666/93 e normas atinentes a Tomada de Preços. Assim sendo, todos os interessados, desde que cumprissem as normas do edital, poderiam participar e ofertar seus serviços.

Isto posto, passa-se a análise e julgamento das peças recursais:

2.1 QUANTO À TEMPESTIVIDADE

Preliminarmente destacam-se que os recursos foram interpostos por ambas as empresas licitantes dentro dos ditames impostos pelo instrumento convocatório, o que assiste razão quanto ao atendimento do requisito da TEMPESTIVIDADE, já que os pedidos foram protocolados dentro do prazo estabelecido de 05 (cinco) dias úteis, conforme item 12.3 Segunda Sessão, alínea “f” do Edital.

Cabe ressaltar que, mesmo sendo encaminhadas as razões recursais da empresa Propaganda Futebol Clube por via eletrônica, a documentação foi encaminhada através dos Correios dentro do prazo estipulado, uma vez que o que se considera é a data de postagem e não de recebimento da correspondência.

Sendo assim, atendidos os pressupostos de admissibilidade, quais sejam, legitimidade *ad causam*, possibilidade jurídica do pedido, interesse de agir, tempestividade e inconformismo das empresas insurgentes, esta Comissão tomou conhecimento, para, à luz dos preceitos legais e das normas edilícias que regem a matéria, analisar os fundamentos expendidos pelas recorrentes.

2.2 QUANTO AO MÉRITO DOS FUNDAMENTOS ADUZIDOS NAS RAZÕES DE RECURSO INTERPOSTO PELA EMPRESA PROPAGANDA FUTEBOL CLUBE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.

Em suas razões a Recorrente insurge-se contra o cotejamento, pontuação e a habilitação da licitante Gemelo Comunicação EIRELI, alegando em síntese que os Envelopes 1 e 2 apresentados, para fins de pontuação e habilitação das propostas técnicas, não teriam atendido às exigências do edital, devendo ser a licitante desclassificada/inabilitada.

Sendo assim, com base no exposto, convém interpretar o edital quanto ao item 3.1 e 3.2, senão vejamos:

3.1. ENVELOPE N.º 1 - Plano de Comunicação Publicitária – via *não identificada*

3.1.1. No envelope n.º1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária - via não identificada.

3.1.2. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Câmara Municipal de Gramado.

3.1.3. O envelope n.º 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

3.1.3.1. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada na Assessoria Legislativa da Câmara Municipal e apresentado sem inclusão de qualquer marca, sinal ou palavra que por qualquer meio identifique a licitante. 3.1.3.2. Para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária – até a abertura do Invólucro nº 2 – o Invólucro nº 1 não poderá: a) ter nenhum tipo de identificação; b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante; c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

3.2. ENVELOPE Nº 2 - Plano de Comunicação Publicitária - via identificada

3.2.1. No envelope n.º 2 deverá constar o Plano de Comunicação Publicitária – via identificada, que constituir-se-á em uma cópia do Plano de Comunicação – via não identificada, mas com a identificação da licitante e ser datado, assinado na última página e rubricado nas demais páginas por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, sem a peça da ideia criativa.

3.2.2. O envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

CÂMARA MUNICIPAL DE GRAMADO

TOMADA DE PREÇOS Nº: 001/2022

ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

NOME DA EMPRESA LICITANTE:

Da leitura dos supracitados itens editalícios, depreende-se que, a delimitação dos textos correspondentes as vias que deveriam ou não ser identificadas, possuem o intuito de servir de norte aos licitantes que desejassem participar do certame, delimitando assim, o conteúdo que cada envelope com a proposta técnica deveria conter, bem como indicando que o envelope 2 era a via identificada e o envelope 1 era a via não identificada e seus respectivos conteúdos.

Portanto, são **PROCEDENTES** as alegações da Recorrente **PROPAGANDA FUTEBOL CLUBE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**, quanto ao não atendimento do conteúdo e sua regular identificação dos envelopes, pela empresa licitante **GEMELO COMUNICAÇÃO EIRELI**, sendo tal documento prescindível, visto que foi exigido no edital.

Quanto à solicitação de revisão de notas, foi convocada a Subcomissão técnica para reavaliação dos quesitos questionados, sendo que a mesma concluiu por não alterar suas avaliações, mantendo todas as notas inicialmente pontuadas. Portanto, são **IMPROCEDENTES** as alegações da Recorrente.

2.3 QUANTO AO MÉRITO DOS FUNDAMENTOS ADUZIDOS NAS RAZÕES DE RECURSO INTERPOSTO PELA EMPRESA GEMELO COMUNICAÇÃO EIRELI.

Preliminarmente, cumpre-nos destacar que o procedimento licitatório visa selecionar a proposta mais vantajosa entre as oferecidas pelos diversos concorrentes, desde que cumpridas

às exigências legais e editalícias, haja vista os ritos estabelecidos nas normas atinentes a Tomada de Preços e as Licitações, que são uma sucessão ordenada de atos norteados por princípios e regras próprias, além da vinculação à lei e aos termos expressos do instrumento convocatório.

Neste sentido, eis o que dispõe o **Manual de Licitações e Contratos – Orientações e Jurisprudência do TCU**:

Após iniciada a abertura dos envelopes, não são permitidas quaisquer correções de falhas existentes na documentação ou na proposta que possam influir no resultado final da licitação. Exemplo: alterações da forma de pagamento, dos prazos ou de condição que importe modificação dos termos originais da proposta ou documentos de habilitação apresentados. Quando definido no instrumento convocatório, poderão ser feitas pelos responsáveis pela licitação correções destinadas a sanar evidentes erros materiais de soma e/ou multiplicação, falta do número do CNPJ (MF) e da inscrição estadual ou municipal ou do endereço completo. Falta de data ou de assinatura e/ou de rubrica na proposta poderá ser suprida pelo representante legal do licitante presente à sessão.” (Licitações e Contratos – Orientações e Jurisprudência do TCU, 4ª edição, Brasília, 2010. Pág. 324) (grifei)

Dentre os vários princípios que regem a licitação, destaca-se o formalismo, assim definido por Di Pietro:

(...) "O formalismo está presente na licitação exatamente por se tratar de procedimento competitivo. A inobservância de exigências formais, por um licitante, necessariamente leva à sua inabilitação ou desclassificação, conforme o caso. A comissão de Licitação não pode relevar as falhas formais, a não ser em casos absolutamente excepcionais, em que a irregularidade se supera por outros elementos constantes dos autos; caso contrário, haveria ofensa aos princípios da legalidade, da vinculação ao edital e da isonomia. A ofensa ao princípio da legalidade ocorreria porque, em regra, as exigências que contam do edital têm fundamento na lei de licitações. Além disso, estando as exigências

contidas no instrumento convocatório, de forma expressa, elas impõem-se igualmente a todos os licitantes, porque todos a ele se vinculam. A Lei n. 8.666, além de mencionar o princípio da vinculação ao instrumento convocatório no art. 3º, ainda repete, no art. 41, a mesma exigência, determinando que 'a Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada.' (PIETRO, Maria Sylvia Zanella di. Temas polêmicos sobre licitações e contratos. 4ª ed. São Paulo: Malheiros, 2000, p. 40).

Diante disso, percebe-se que **na licitação os concorrentes e o próprio Poder Público ficam vinculados ao edital de convocação, que é um instrumento onde são estabelecidas as regras do certame**, condições e cláusulas específicas para a posterior contratação, visando à qualidade e a segurança do serviço público. Nele são delineados os procedimentos, as propostas, a documentação, o julgamento e o próprio contrato.

Neste sentido, dispõem os art. 3.º e 41, caput, da Lei n.º 8.666/93:

*Art. 3.º **A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia e a selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.** (grifei)*

*Art. 41 **A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada.***

A vinculação ao edital é, portanto, um princípio inerente a todo procedimento licitatório, pois estabelece as regras do certame, de modo a garantir, dentro da própria licitação, **a justa competição entre os concorrentes. Assim, a partir do momento em que as empresas se**

dispõem a participar de uma concorrência pública, recebem as regras a que estão submetidas, e se comprometem a cumprir a exigências estabelecidas.

Sobre a matéria, é da lição de Hely Lopes Meirelles:

A vinculação ao edital é princípio básico de toda licitação. (...) O edital é a lei interna da licitação, e, como tal, vincula aos seus termos tanto os licitantes como a Administração que o expediu" (Hely Lopes Meirelles. Direito Administrativo Brasileiro. 26ª ed. São Paulo: Malheiros Editores Ltda., 2002. p. 263).

Com base nestes entendimentos, é fácil perceber que a recorrente não cumpriu as determinações exigidas, sendo a mesma responsável por sua INABILITAÇÃO no certame, visto que apresentou documentos de habilitação incompletos, ao não apresentar o envelope n.º 1 e envelope n.º 2, conforme o que determina os itens 3.1, 3.2 e 3.3 do edital, ao contrário da outra licitante que apresentou seus envelopes de acordo com as determinações do edital.

Vejamos a previsão constante no ato convocatório:

3.1. ENVELOPE N.º 1 - Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada

3.1.1. No envelope n.º1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária - via não identificada.

3.1.2. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Câmara Municipal de Gramado.

3.1.3. O envelope n.º 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

3.1.3.1. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada na Assessoria Legislativa da Câmara Municipal e apresentado sem inclusão de qualquer marca, sinal ou palavra que por qualquer meio identifique a licitante. 3.1.3.2. Para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária – até a abertura do Invólucro n.º 2 – o Invólucro n.º 1 não poderá: a) ter nenhum tipo de identificação; b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante; c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

3.2. ENVELOPE N.º 2 - Plano de Comunicação Publicitária - via identificada

3.2.1. No envelope n.º 2 deverá constar o Plano de Comunicação Publicitária – via identificada, que constituir-se-á em uma cópia do Plano de Comunicação – via não identificada, mas com a identificação da licitante e ser datado, assinado na última página e rubricado nas demais páginas

por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, sem a peça da ideia criativa.

3.2.2. O envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

CÂMARA MUNICIPAL DE GRAMADO

TOMADA DE PREÇOS Nº: 001/2022

ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

NOME DA EMPRESA LICITANTE:

Por todo o exposto, caem por terra todas as alegações da Recorrente no que tange a correta apresentação do envelope n.º 2 – Plano de Comunicação Publicitária (via identificada) e envelope n.º 1 - Plano de Comunicação Publicitária – (via não identificada), pela empresa licitante GEMELO COMUNICAÇÃO EIRELI.

Quanto às alegações em relação à licitante Propaganda Futebol Clube, não há o que se considerar incorreto, já que o edital não veda a apresentação de material em mídia eletrônica com arquivo de áudio ou utilização de formatos diferenciados impressos para peça criativa. Quanto ao sigilo do envelope, não há o que se falar sobre o não cumprimento das cláusulas do edital, visto que os envelopes nº1 e 3 foram abertos e averiguados por ambas as licitantes, que analisaram e rubricaram todo o seu conteúdo e naquele momento não identificaram nenhum tipo de "sinal" que pudesse identificar o autor das peças. As questões técnicas foram encaminhadas à Subcomissão Técnica, que fez as suas considerações.

Sendo assim, os argumentos da Recorrente não merecem prosperar, razão pela qual **são IMPROCEDENTES quanto ao mérito recursal.**

DA DECISÃO

Pelo exposto, em face das razões descritas acima, conhecemos das razões do recurso administrativo interposto pela licitante **PROPAGANDA FUTEBOL CLUBE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.** e no mérito **DÁ-SE PROVIMENTO**, as suas razões no tocante ao pedido recursal referente à obrigatoriedade de integral cumprimento ao disposto no item 9.4 do edital, pela licitante **GEMELO COMUNICAÇÃO EIRELI**, no que tange à ocorrência do vício material pela não identificação correta dos envelopes constantes na proposta, conforme

consta no Edital da Tomada de Preços 01/2022, processo licitatório nº 07/2022. Quanto aos demais pedidos, **INDEFERE-SE** recurso apresentado.

Ademais, conforme fundamentos expostos nesta Decisão, mantendo inalterada as considerações e demais esclarecimentos exarados pela Comissão Permanente de Licitações, designada pela Portaria 02/2023, no que tange ao julgamento das propostas técnicas apresentadas pelas licitantes, especialmente, quanto a adequada identificação dos envelopes n.º 1 e n.º 2, conforme o que determina os itens 3.1, 3.2 e 3.3 do Edital.

Ainda, conhecemos das razões do recurso interposto pela empresa licitante **GEMELO COMUNICAÇÃO EIRELI** e no mérito **NEGAMOS PROVIMENTO**, pelos fundamentos expostos nesta Decisão Recursal.

Cabe ressaltar, ainda, que a Comissão de Licitações não admitirá nenhum tipo de ameaça ou coação, já que no exercício de suas funções age de forma correta e dentro da legalidade, tratando todas as propostas das licitantes de forma uniforme e isonômica.

É importante destacar que a conclusão da Comissão não vincula a decisão da Autoridade Superior acerca da adjudicação e homologação do certame, apenas faz uma contextualização fática e documental com base naquilo que foi carreado a este processo, fornecendo subsídios à Autoridade Administrativa Superior, a quem cabe à análise minuciosa dos recursos e decisão definitiva.

Por fim, em atenção ao art. 109 §4.º da Lei 8.666/93, encaminham-se os autos ao Senhor Presidente da Câmara (Autoridade Superior), para análise, ciência dos termos dessa decisão e posterior deliberação do Recurso Administrativo em pauta.

Gramado, 30 de janeiro de 2023.



Tânia Regina Alves de Moraes

Presidente



Débora Geib

Membro



Lúcio Lopes

Membro

Julgamento de Recursos

Tomada de Preços 01/2022

Manifestação da Autoridade Competente

Nos termos do art. 109, §4º, da Lei 8.666/1993, RATIFICO a decisão proferida pela Comissão Permanente de Licitações, que resolve **ACATAR** o recurso da recorrente PROPAGANDA FUTEBOL CLUBE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., recomendando o julgamento de **PROCEDÊNCIA PARCIAL** do recurso administrativo impetrado pela mesma. Ainda, RATIFICO a decisão proferida pela Comissão Permanente de Licitações, que resolve **NÃO ACATAR** o recurso da recorrente GEMELO COMUNICAÇÃO EIRELI, recomendando o julgamento de **IMPROCEDÊNCIA** do recurso administrativo impetrado pela mesma.

Desta forma, AUTORIZO o prosseguimento do processo Tomada de Preços 01/2022.

Gramado, 30 de janeiro de 2023



Celso Fioreze
Presidente

Câmara Municipal de Vereadores de Gramado

Tomada de Preços Nº 01/2022 – Prestação de Serviços de Publicidade e Propaganda

Ata de julgamento das propostas técnicas (1ª reunião)

- 1) No dia 15 de dezembro de 2022, na sala Vip da Presidência, da Câmara de Vereadores de Gramado (RS), situada na Rua São Pedro, 369, Centro, em Gramado, reuniram-se os membros da Subcomissão Técnica, às 9h20, todos abaixo assinados, com o intuito de analisar de forma individualizada e julgar o Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada, das duas licitantes que se fizeram presentes a Primeira Sessão da Tomada de Preços nº 01-2022.
- 2) Antes da análise e julgamento propriamente ditos, foi recebido o envólucro geral de número 1 da Comissão de Licitação, contendo os envelopes das empresas “A” e “B”, lançando, assim, as letras nos envelopes e nas páginas de Comunicação Publicitária.
- 3) Antes da análise e julgamento, a integrante da subcomissão, Leticia Morgenstern de Lima, fez a leitura dos itens que compõem a apresentação do Plano de Comunicação constante no edital. Discutiu-se a dinâmica de trabalho e fez-se a leitura do *briefing* e dos atributos de julgamento.
- 4) Em continuidade, os membros da subcomissão técnica passaram à análise de item por item das Propostas Técnicas, discutindo cada um dos subitens e pontuando-os, com as devidas justificativas.
- 5) Com as análises ainda não concluídas, decidiu-se às 17h30, retomar os trabalhos no dia seguinte, 16 de dezembro de 2022, às 8h30.

Gramado, 15 de dezembro de 2022

Leticia J. de Lima
Subcomissão técnica

Lente
Subcomissão técnica

Paulo Roberto Vargas
Subcomissão técnica

Recebido em 16/12/2022

Tânia Moraes
Diretora

Câmara Municipal de Gramado
Folha nº 334 /
Ass. Subcomissão Técnica
Depto. Jurídico

Câmara Municipal de Vereadores de Gramado

Tomada de Preços Nº 01/2022 – Prestação de Serviços de Publicidade e Propaganda

Ata de julgamento das propostas técnicas (2ª reunião)

1) No dia 16 de dezembro de 2022, na sala Vip da Presidência, da Câmara de Vereadores de Gramado (RS), situada na Rua São Pedro, 369, Centro, em Gramado, reuniram-se os membros da Subcomissão Técnica, às 8h30, todos abaixo assinados, com o intuito de dar continuidade ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária, via não identificada, das duas licitantes que se fizeram presentes a Primeira Sessão da Tomada de Preços nº 01-2022.

2) Ao encerrar as análises e pontuações, os membros iniciaram as discussões em relação aos itens 6.4 e 6.5 do edital, reavaliando, item por item, os quesitos ou subquesitos que apresentaram diferença de 20% entre a maior e a menor pontuação. Foram reavaliados, portanto, os seguintes itens:

- Item D do Raciocínio Básico da empresa “A” dos avaliadores II e III foram reavaliados, conforme prevê item 6.4 do edital. Contudo, a diferença superior a 20% nos subquesitos persistiu, mas os membros decidiram, em comum acordo, manter a pontuação em razão da superficialidade da licitante ao apresentar o Raciocínio Básico, deixando muito a desejar.

- Itens B, C e E da Estratégia de Comunicação da empresa “A” dos avaliadores I, II e III foram reavaliados, conforme prevê item 6.4 do edital. Contudo, a diferença superior a 20% nos subquesitos persistiu e os membros decidiram manter suas pontuações em razão da baixa argumentação e defesa da licitante ao conceito proposto. Não há riqueza nos desdobramentos positivos do conceito sugerido pela licitante.

- Item C da Estratégia de Mídia e Não Mídia da empresa “A” dos avaliadores I, II e III foram reavaliados, conforme prevê item 6.4 do edital. Contudo, a diferença superior a 20% nos subquesitos persistiu e os membros decidiram manter suas pontuações em razão da falta consistência do plano ao abordar uma emissora de rádio que não existe na cidade. Entende-se que a estratégia é boa e o investimento é válido, porém a licitante parece ter se equivocado no nome da rádio, deveria ser mais atenta ao citar as emissoras no plano.

- Item D da Estratégia de Mídia e Não Mídia da empresa “A” dos avaliadores I, II e III foram reavaliados, conforme prevê item 6.4 do edital. Inicialmente, avaliador I aplicou a nota de 1,5, o avaliador II aplicou a nota de 1,5 e o avaliador III aplicou a nota de 1,7. Porém, ao reavaliar o atributo, os três membros da subcomissão optaram por aumentar a nota para 2, entendendo que a empresa “A” utilizou na estratégia os recursos de forma adequada, visando atingir o público gramadense nas mais diversas mídias.

- Item E da Estratégia de Mídia e Não Mídia da empresa “A” dos avaliadores I, II e III foram reavaliados, conforme prevê item 6.4 do edital. Inicialmente, avaliador I aplicou a nota de 1,3, o avaliador II aplicou a nota de 1,5 e o avaliador III aplicou a nota 1. Porém, ao reavaliar o atributo, os três membros da subcomissão optaram por aumentar a nota para 2, entendendo que a empresa “A” utilizou na estratégia os recursos de forma adequada, embora quase atingindo o teto citado no *briefing*, mas buscou atingir o público final de uma forma bastante ampla e plural.



- Item F da Estratégia de Comunicação Publicitária da empresa "B", dos avaliadores II e III foram reavaliados, conforme prevê item 6.4 do edital. Contudo, a diferença superior a 20% nos subquestos persistiu e os dois membros decidiram manter suas pontuações em razão da falta de capacidade de articular os conhecimentos sobre o anunciante e o mercado ao qual se insere.

- Item C da Ideia Criativa da empresa "B", dos avaliadores I, II e III foram reavaliados, conforme prevê item 6.4 do edital. Contudo, a diferença superior a 20% nos subquestos persistiu e os três membros decidiram manter suas pontuações em razão da falta de adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante.

- Item J da Ideia Criativa da empresa "B", dos avaliadores I, II e III foram reavaliados, conforme prevê item 6.4 do edital. Contudo, a diferença superior a 20% nos subquestos persistiu e os três membros decidiram manter suas pontuações em razão da falta de compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e no material aos públicos propostos.

- Item A da Estratégia de Mídia e Não Mídia da empresa "B", dos avaliadores I, II e III foram reavaliados, conforme prevê item 6.4 do edital. Contudo, a diferença superior a 20% nos subquestos persistiu e os três membros decidiram manter suas pontuações em razão do desconhecimento demonstrado pela licitante em relação aos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos.

- Item B da Estratégia de Mídia e Não Mídia da empresa "B", dos avaliadores I, II e III foram reavaliados, conforme prevê item 6.4 do edital. Contudo, a diferença superior a 20% nos subquestos persistiu e os três membros decidiram manter suas pontuações em razão da falta de capacidade analítica evidenciada no exame dos hábitos locais.

- Item C da Estratégia de Mídia e Não Mídia da empresa "B", dos avaliadores I, II e III foram reavaliados, conforme prevê item 6.4 do edital. Contudo, a diferença superior a 20% nos subquestos persistiu e os três membros decidiram manter suas pontuações devido a falta de consistência do plano simulado.

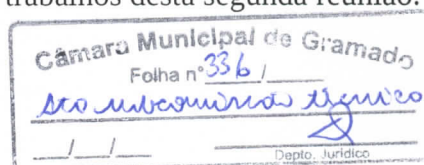
- Item D da Estratégia de Mídia e Não Mídia da empresa "B", dos avaliadores I, II e III foram reavaliados, conforme prevê item 6.4 do edital. Contudo, a diferença superior a 20% nos subquestos persistiu e os três membros decidiram manter suas pontuações devido a falta de visão de economicidade demonstrada no uso dos recursos.

- Item E da Estratégia de Mídia e Não Mídia da empresa "B", dos avaliadores I, II e III foram reavaliados, conforme prevê item 6.4 do edital. Contudo, a diferença superior a 20% nos subquestos persistiu e os três membros decidiram manter suas pontuações devido, novamente, a falta de visão de economicidade da verba demonstrada na distribuição dos materiais na mídia.

- Item F da Estratégia de Mídia e Não Mídia da empresa "B", dos avaliadores I, II e III foram reavaliados, conforme prevê item 6.4 do edital. Contudo, a diferença superior a 20% nos subquestos persistiu e os três membros decidiram manter suas pontuações devido a falta de otimização das mídias.

3) As análises, pontuações e justificativas foram concluídas às 11h45.

4) Ao encerrar as análises descritas acima e conferir as pontuações nas tabelas, a subcomissão agendou para 3 de janeiro de 2023, às 9 horas, o julgamento do envelope 3. Desta feita, a subcomissão realizou a entrega desta ata e das planilhas com as notas, todas assinadas pelos membros da subcomissão, ao meio-dia, encerrando os trabalhos desta segunda reunião.



Gramado, 16 de dezembro de 2022

Leticia M. de Lima
Subcomissão técnica

Ante
Subcomissão técnica

Paulo Roberto Vargas.
Subcomissão técnica

Câmara Municipal de Gramado	
Folha nº 37 /	
Ata Subcomissão Técnica	
___/___/___	Depto. Jurídico

Câmara Municipal de Vereadores de Gramado

Tomada de Preços Nº 01/2022 – Prestação de Serviços de Publicidade e Propaganda

Ata de julgamento das propostas técnicas – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problema (3ª reunião)

1) No dia 3 de janeiro de 2023, na Sala da Democracia, da Câmara de Vereadores de Gramado (RS), situada na Rua São Pedro, 369, Centro, em Gramado, reuniram-se os membros da Subcomissão Técnica, às 9 horas, todos abaixo assinados, com o intuito de dar continuidade ao julgamento das propostas técnicas - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problema, das duas licitantes que participam do certame Tomada de Preços nº 01-2022.

2) A Subcomissão Técnica recebeu da Comissão de Licitações o envelope 3, contendo os envelopes das empresas “A” e “B”, agora nominadas, para dar continuidade às análises.

3) Foi realizado intervalo entre 11h30 e 13h30, quando se retomou os julgamentos.

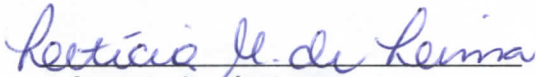
4) Ao encerrar as análises e pontuações, os membros iniciaram as discussões em relação aos itens 6.4 e 6.5 do edital, reavaliando, os quesitos ou subquesitos que apresentaram diferença de 20% entre a maior e a menor pontuação. Apenas um item foi reavaliado, conforme explicado abaixo:


- A empresa identificada como Gemelo obteve nota 7,8 pelo avaliador III e, conforme prevê o edital, a nota foi reavaliada. Contudo, a diferença superior a 20% no subquesito persistiu, e o avaliador citado decidiu manter a pontuação em razão da licitante não atender um dos quesitos do edital (9.3.3), que exige que os dois casos expostos sejam referendados pelos respectivos contratantes/anunciantes.

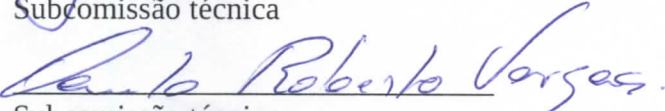
5) As análises, pontuações e justificativas foram concluídas às 16h25.

6) Desta feita, a subcomissão realizou a entrega desta ata e das planilhas com as notas, todas assinadas pelos membros da subcomissão, às 17 horas, encerrando os trabalhos desta terceira reunião.

Gramado, 3 de janeiro de 2023


Subcomissão técnica


Subcomissão técnica


Subcomissão técnica



Câmara Municipal de Vereadores de Gramado

Tomada de Preços Nº 01/2022 – Prestação de Serviços de Publicidade e Propaganda

Julgamento de recursos administrativos (4ª reunião)

Recurso analisado da licitante: Propaganda Futebol Clube Agência de Publicidade e Propaganda LTDA.

1.2 Das inconsistências na proposta técnica da recorrida, para o “Plano de Comunicação”.

Em relação ao **Raciocínio Básico** a subcomissão técnica entende que a pontuação está adequada. O edital cita no item 5.1.1 que o texto elaborado deveria ser exposto em no **máximo** 4 (quatro) laudas. Ou seja, estipula um teto de texto e não define que o material apresentado deveria atingir com precisão as 4 (quatro) laudas. A subcomissão expressa na justifica claramente que a licitante “A” poderia ter ido mais além na argumentação e, mediante isso, subtraiu pontos da empresa. Contudo, entendeu que não seria caso de zerar o quesito, pois a objetividade atendeu ao exigido no edital. Notadamente, a empresa “B” se saiu melhor na pontuação do quesito Raciocínio Básico com uma média final de 14,32, ou seja, pontuando 1,16 a mais que a empresa “A”.

A subcomissão também entende que explicitar a periodicidade dos anúncios na Estratégia de Comunicação, ao invés do quesito Mídia e Não Mídia não interfere na proposta, tendo em vista que o apontamento da empresa “A” sobre este assunto é complementar, ou seja, a fim de agregar na informação da estratégia.

Em relação à **Estratégia de Comunicação Publicitária**, a subcomissão entende que a pontuação está adequada, tendo em vista que a argumentação superficial apresentada pela empresa “A” a rendeu perda de pontos, resultando em uma média final de 16,13 contra 18,81 da empresa “B”, ou seja, uma diferença de 2,68 pontos em apenas um quesito.

Em relação à **Ideia Criativa** não entende-se como desrespeito ao item 9.1.3 a apresentação das peças, tendo em vista que a empresa “A” apresentou a proposta conforme o formato exigido no edital. O edital não proíbe o complemento com um novo título ou explicação introdutória das peças. Ainda neste quesito, concordamos que a apresentação das peças estão desorganizadas, contudo, existe sim o atendimento ao formato do edital quanto à formatação, estando dentro das laudas e linhas máximas permitidas. Desconsideramos o argumento que a peça *spot de rádio* não foi apresentada porque, apesar de desorganizada, se entende do que se trata. O edital não estipula ordem de apresentação.

Em relação à **Estratégia de Mídia e Não Mídia** a subcomissão mantém o que já havia explicitado de forma clara na justificativa das pontuações. A empresa “A” demonstrou falta de conhecimento dos hábitos de consumo locais, citando uma emissora de rádio que não existe mais na cidade, o que leva à inconsistência do plano simulado. Como já mencionado, a subcomissão retirou pontos da empresa “A” por tal equívoco, mas considerou de grande valia o investimento proposto em três rádios locais, atendendo a estratégia final de informar e aproximar a Casa Legislativa da comunidade, sugerindo, inclusive, a participação dos vereadores nos programas, colocando os parlamentares mais próximos dos cidadãos. Se por um lado ocorreu a subtração de pontos, por outro, foram considerados pontos fortes e inovadores como a sugestão de patrocinados (ADS) no Facebook e Instagram, alcançando diferentes públicos e indo a total encontro da otimização da

mídia segmentada, alternativa e de massa, constante nos critérios de julgamento (Anexo VII). A citação de uma emissora que não existe mais não deixou de ser considerada, mas este não era um quesito isolado de julgamento.

1.3 Das inconsistências no Plano de Mídia apresentado pela empresa recorrida.

Apesar de encontrar inconsistências nas planilhas de **Mídia e Não Mídia**, inclusive subtraindo pontuação e não proporcionando nota máxima na média de nenhum dos subitens, a subcomissão segue o item 5.1.4 do edital o qual define que as tabelas e apresentação tratam-se de uma **simulação** de planos de distribuição das peças mencionadas no subitem 5.1.3.

2. Da proposta técnica apresentada pela recorrente. Atribuição de pontuação inconsistente

Em relação às notas que ultrapassam o limite de 20% de diferença e obriga a revisão das notas, a subcomissão informa que, conforme consta nas atas de reuniões dos dias 16 de dezembro de 2022 e 3 de janeiro de 2023, todas as notas que atingiram este limite foram discutidas entre os membros e reavaliadas.

Em relação, novamente, à **Ideia Criativa**, citada neste item do recurso administrativo apresentado pela agência PFC, a subcomissão concorda com a afirmação sobre a interpretação subjetiva do julgamento, tendo em vista que a decisão das notas, apesar de orientada pelo edital, abrem lacunas, sim, à interpretação de cada um dos avaliadores. Isso ocorre não somente neste processo, mas como em qualquer outro ato de julgamento técnico comunicacional. Entretanto, não se admite quaisquer apontamentos de falta de tratamento uniforme e isonômico neste processo por parte dos avaliadores que, devidamente e comprovadamente formados na área da Comunicação – conforme prevê o edital, analisaram as propostas de forma imparcial e impessoal em relação às licitantes e, acima disso, não apenas com conhecimento técnico, mas também com a experiência e bagagem cultural de quem vive na cidade e conhece os hábitos de consumo local, ponto pouco valorizado pela recorrida.

Tendo isso claro, destacamos a seguir os argumentos já justificados nas planilhas de notas: as peças da Ideia Criativa, tanto da recorrente quanto da recorrida, não atenderam ao problema geral que era justamente elucidar ao público que a atividade parlamentar vai além das sessões ordinárias. Em uma simples e rasa pesquisa aos materiais de divulgação da Câmara de Vereadores de Gramado ao longo de 2022, ambas as agências poderiam ter explorado em suas propostas os eventos promovidos pelo Legislativo como audiências públicas, fóruns, gabinetes móveis e workshops. Portanto, entende-se que as duas licitantes não atenderam ao problema geral solicitado no *briefing*, ambas pontuando igualmente 1,6 neste subquesito. O argumento técnico neste caso é objetivo e claro.

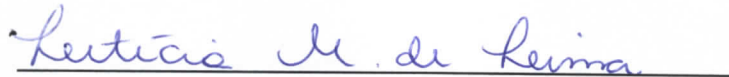
O fato das peças “não conversarem” com o nativo entra no critério de julgamento que visa considerar o universo cultural do público-alvo, ou seja, o morador de Gramado. Embora o layout esteja bonito, não há uma conexão de imagem e texto com o morador ou reconhecimento de marca. Na análise dos três avaliadores, faltaram elementos (fotos, imagens, ilustrações...) de humanização e conexão com o público gramadense. É possível afirmar que as peças sugeridas à Câmara de Gramado poderiam, facilmente, ser apresentadas ao Legislativo de qualquer outro município, bastando substituir as fotos da fachada da Casa e logomarcas.

A justificativa que trata do formato do folder está ancorada nos critérios de julgamento *Adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo e Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta*. Não se concorda, isso considerando o público morador de Gramado, que a abertura de múltiplas interpretações da peça seja visto como algo positivo. Não são poucos os exemplos de peças publicitárias que foram colocados na rua de Gramado e receberam ampla crítica da comunidade por falta de clareza na mensagem que se deseja passar. Em nenhum momento também

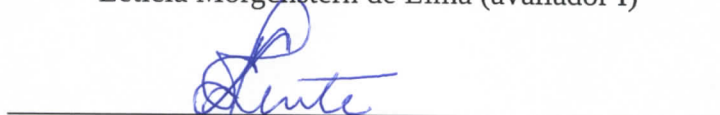
se cita a obrigatoriedade da inserção de um QR Code nas peças impressas, mas este foi um meio apontado como exemplo para atendimento ao critério de julgamento *Originalidade*.

Sobre a citação dos blogues no quesito **Mídia e Não Mídia**, para detalhar **um** dos equívocos apresentados pela recorrida, a empresa sugere investimento em um veículo com conteúdos e público focados essencialmente no segmento turístico. Ora, deste modo, parte-se do princípio que há, obviamente, uma preferência em veículos que atingem diretamente o morador do município, o qual a Câmara representa, e não o turista. Sendo assim, considerando a relação contratante e contratado – além de avaliação de economicidade - este foi um ponto que exigiu compreensível subtração de nota da agência PFC.

Por fim, após discussão e reanálise dos quesitos questionados pela agência PFC, a subcomissão técnica mantém todas as notas inicialmente pontuadas. Vale salientar que, neste documento, estão mencionados apenas os recursos destinados à avaliação da subcomissão técnica, sendo os demais apontamentos cabíveis ao julgamento da Comissão Permanente de Licitações.



Letícia Morgenstern de Lima (avaliador I)



Cláudia Lente (avaliador II)



Paulo Roberto Vargas (avaliador III)

Câmara Municipal de Vereadores de Gramado

Tomada de Preços Nº 01/2022 – Prestação de Serviços de Publicidade e Propaganda

Julgamento de recursos administrativos (5ª reunião)

Recurso analisado da licitante: Gemelo Comunicação Eireli

2.1 Das peças apresentadas pela empresa Propaganda Futebol Clube

A subcomissão entende que a peça para Rede Social está adequada ao edital tendo em vista que a proposta corresponde a **1 (um)** post carrossel, ou seja, aquele que funciona como uma espécie de álbum, no qual é possível inserir até 10 itens no mesmo post, bastando arrastar para o lado pra ver as imagens ou vídeos da sequência, conforme conceitua o site Mlabs. A empresa Propaganda Futebol Clube inclusive apresenta a postagem de forma completa, sugerindo 1 (uma) legenda para publicação.

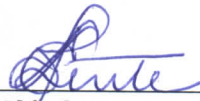
3.1 Do envelope nº1 da empresa Propaganda Futebol Clube

Conforme consta na ata de recebimento do envelope nº1, a subcomissão reafirma que recebeu o invólucro sem danos ou qualquer deformação. O processo foi realizado de forma sigilosa, seguindo as regras previstas no edital. A apresentação do pendrive não interferiu nesta identificação e o material avaliado foi considerado o da folha A4, sendo o dispositivo apenas um complemento para ilustrar o *jingle* já mencionado em forma de texto no papel impresso.

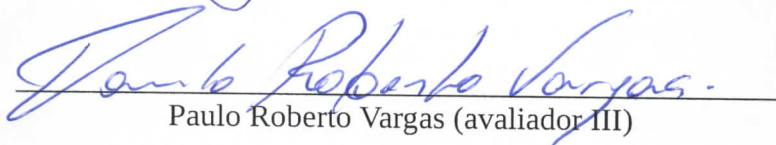
Por fim, após discussão e reanálise dos quesitos questionados pela agência Gemelo, a subcomissão técnica mantém todas as notas inicialmente pontuadas. Vale salientar que, neste documento, estão mencionados apenas os recursos destinados à avaliação da subcomissão técnica, sendo os demais apontamentos cabíveis ao julgamento da Comissão Permanente de Licitações.



Letícia Morgenstern de Lima (avaliador I)



Cláudia Lente (avaliador II)



Paulo Roberto Vargas (avaliador III)


Câmara Municipal de Vereadores de Gramado

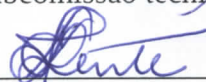
Tomada de Preços Nº 01/2022 – Prestação de Serviços de Publicidade e Propaganda

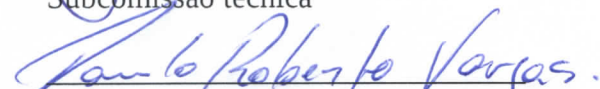
Ata de julgamento dos recursos administrativos da empresa Gemelo Comunicação Eireli

- 1) No dia 24 de janeiro de 2023, na sala Vip da Presidência, da Câmara de Vereadores de Gramado (RS), situada na Rua São Pedro, 369, Centro, em Gramado, reuniram-se os membros da Subcomissão Técnica, às 08h30, todos abaixo assinados, com o intuito de analisar os recursos administrativos da empresa Gemelo Comunicação Eireli, licitante da Tomada de Preços nº 01-2022.
- 2) Após leitura de todo o recurso, os três avaliadores discutiram e analisaram todos os questionamentos em relação às notas atribuídas pela subcomissão técnica e decidiram por manter as pontuações originais.
- 3) As análises foram concluídas por volta das 9h30.
- 4) Ao encerrar as análises e transcrever respostas ao recurso administrativo, a subcomissão realizou a entrega desta ata, assinada pelos membros da subcomissão, às 9h50, encerrando os trabalhos desta reunião.

Gramado, 24 de dezembro de 2023


Subcomissão técnica


Subcomissão técnica


Subcomissão técnica