



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL PREFEITURA MUNICIPAL DE TRAMANDAÍ

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 257/2023

ATA Nº 006

Aos quatro dias do mês de julho do ano de dois mil e vinte e quatro, às quatorze horas, na Sala de reuniões do Departamento de Licitações, da Secretaria de Administração, reuniu-se a Comissão Permanente de Licitações (CPL), nomeada pelas Portarias nº 075/2023, 581/2023 e 098/2024, para, após o trâmite da fase recursal prevista pelo subitem 18.3, “g”, do edital, dar seguimento à **CONCORRÊNCIA PÚBLICA nº 257/2023**, que tem por objeto a **contratação de pessoa jurídica especializada para a prestação de serviços de publicidade/propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir idéias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, para todos os órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Município de Tramandaí**. Também integram o objeto desta licitação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes: **a)** ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução dos contratos; **b)** à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; **c)** à produção e à execução técnica das peças e/ou material criados pela agência contratada. Na data de vinte e seis de março do corrente ano foi encaminhado o processo licitatório à Subcomissão Técnica para análise das razões e contrarrazões recursais interpostas, respectivamente, pelas empresas ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA. e ALVO GLOBAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA. Retornado o processo, a CPL encaminhou-o à Assessoria Jurídica, no dia nove de abril de dois mil e vinte e quatro, para análise do recurso e das contrarrazões no que tange aos aspectos jurídicos. Em dezessete de abril do corrente, a Assessoria Jurídica encaminhou novamente o processo à Subcomissão Técnica para complementação do parecer, tendo em vista a ausência de abordagem de todos os questionamentos apontados nas razões do recurso. Complementado o parecer da Subcomissão em dezessete de abril. Já na data de vinte e nove de maio foi emitido parecer pela Assessoria Jurídica e, em dois de julho, sobreveio parecer de revisão da Procuradoria-Geral do Município, retornando o processo à CPL em dois de julho do corrente. No que tange à parte técnica, a Subcomissão emitiu os pareceres de fls. 898/899 e 902/906 não acolhendo as razões da recorrente, mantendo-se as decisões já proferidas, bem como as pontuações atribuídas a cada uma das propostas técnicas apresentadas pelas empresas licitantes. Da mesma forma, por se tratar de matéria específica, opinou a Assessoria Jurídica pela manutenção do teor da decisão proferida pela Subcomissão. Dessa forma, a Comissão Permanente de Licitações entende por **ACOLHER** os pareceres das fls. 898/899 e 902/906 pelos seus próprios fundamentos, **MANTENDO** a classificação das propostas técnicas das empresas ALVO GLOBAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA. e LENCINA PUBLICIDADE LTDA. No que tange à parte jurídica, a Assessoria Jurídica do Departamento de Licitações opinou pelo provimento parcial do recurso para o fim de reverter a desclassificação da empresa ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA. por descumprimento do subitem 11.4 do edital. De outra banda, no quesito da pontuação apresentada, a Assessoria Jurídica sugeriu a adoção das regras ABNT

NRB 5891 para o fim de arredondamento das casa decimais, visto que o edital não previu a forma de arredondamento. Dessa forma, a Comissão Permanente de Licitações entende por **ACOLHER** o parecer jurídico de fls. 907/911 para o fim de **CLASSIFICAR** a proposta técnica disposta no invólucro nº 02 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada) da empresa ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA. Ademais, entende a CPL por **ACOLHER** o parecer jurídico no sentido de revisar a pontuação, aplicando-se como forma de arredondamento das notas atribuídas pela Subcomissão às propostas técnicas as normas da ABNT. Dessa forma, refeita a pontuação, o resultado do julgamento geral das propostas técnicas em ordem decrescente de pontuação das licitantes classificadas nesta fase procedimental, em atendimento ao subitem 18.3, "g", do edital, ficou assim estabelecido: 1º) ALVO GLOBAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.: 89,67 pontos; 2º) ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA.: 76,01 pontos e 3º) LENCINA PUBLICIDADE LTDA.: 75,99 pontos. Diante da revisão do cálculo da pontuação, restaram revistas e retificadas as planilhas gerais de pontos de cada quesito de cada Proposta Técnica, conforme subitem 18.3, "d", do edital, as quais serão juntadas ao presente processo licitatório. Os pareceres elaborados pela Subcomissão técnica e pela Assessoria jurídica, bem como as planilhas gerais de pontuação devidamente retificadas estarão à disposição para consulta no sítio eletrônico do Município. Diante de todo o exposto, a Comissão Permanente de Licitações designa o dia doze de julho de dois mil e vinte e quatro, às quatorze horas, para a realização da terceira sessão licitatória (conforme disposição do subitem 18.4 do edital), sessão que ocorrerá na sala de reuniões do Departamento de Licitações, da Secretaria de Administração, da Prefeitura Municipal de Tramandaí. As informações referentes ao prosseguimento deste processo licitatório serão publicadas em nosso endereço eletrônico <http://www.tramandai.rs.gov.br>, opção Licitações, Edital de Concorrência Pública nº 257/2023. A sessão encerrou-se às dezesseis horas e três minutos. Nada mais havendo a relatar eu, João Alberto Corrêa Pinto Júnior, assino a presente Ata, que a lavrei e que segue assinada pelos demais membros da Comissão Permanente de Licitações.

João Alberto Corrêa Pinto Júnior
Presidente

Tainara de Moura e Silva
Membro

César Augusto Guedes Rios
Membro

Patrícia da Costa Leopoldo
Membro

Márcio Comparsi
Membro

ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE TRAMANDAÍ



ATA Nº 003 - EDITAL DE CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 257/2023

Aos oito dias do mês de abril do ano de dois mil e vinte e quatro, das nove horas às doze horas, na sala da Assessoria de Transparência e Ações Institucionais, reuniu-se a Subcomissão Técnica, composta por Felipe Virgilino Machado (jornalista), Cláudio da Silva (Radialista) e Marcos David Alves (comunicador), para a avaliação, análise e julgamento dos recursos e as contrarrazões apresentadas pelas empresas ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA e ALVO GLOBAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA – ME, referente a *CONCORRÊNCIA N.º 257/2023*.

Dividimos a análise conjunta por tópicos:

Inicialmente, a agência ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA recorrente solicita a revisão da decisão que a desclassificou do certame. A comissão entende que por não se tratar de avaliação técnica, não cabe a ela essa análise.

A segunda alegação da agência ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA refere-se ao arredondamento no cálculo das notas. A comissão entende que houve um erro no arredondamento da dízima periódica, mas que não interferiu na ordem de classificação.

Em sua terceira alegação, a recorrente refere-se à apresentação de clientes que já não possuem mais contratos ativos por partes das licitantes Alvo Global e Lencina, ainda questiona a apresentação de profissionais não solicitados no edital por parte da Lencina. A comissão entende que não houve violação ao edital, assim não há motivos para desclassificação das licitantes.

Em sua quarta alegação, a recorrente aponta possíveis irregularidades na apresentação do repertório e relatos da empresa Lencina. A comissão entende que pequenas variações nas apresentações não comprometeram a avaliação das propostas, assim não há motivos para desclassificação.



Em suas próximas alegações, a recorrente aponta possíveis irregularidades na apresentação do Plano de Comunicação da empresa ALVO GLOBAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA – ME. Como já dito anteriormente, a comissão entende que pequenas variações nas apresentações não comprometeram a avaliação das propostas, assim não há motivos para desclassificação.

Na sequência, a recorrente aponta a possível utilização de informações privilegiadas pela empresa ALVO GLOBAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA – ME, entre elas, a citação do personagem “Repórter Bicuira”. A comissão se surpreendeu com a citação, uma vez que o referido personagem foi criado em 2018 e há inúmeras matérias e postagens nas redes sociais da Prefeitura de Tramandaí falando do mesmo. Tratam-se de informações públicas, disponíveis para todos os interessados, assim não há motivos para desclassificação.

Na sequência, a recorrente aponta possíveis irregularidades na apresentação do Plano de Comunicação da empresa Lencina. Como já dito, a comissão entende que pequenas variações nas apresentações não comprometeram a avaliação das propostas, assim não há motivos para desclassificação.

Felipe Virgilino Machado (jornalista)

Cláudio da Silva (Radialista)

Marcos David Alves (comunicador)

ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE TRAMANDAÍ



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 257/2023

Aos dezessete dias do mês de maio do ano de dois mil e vinte e quatro, das oito horas às doze horas, na sala da Assessoria de Transparência e Ações Institucionais, reuniu-se a Subcomissão Técnica, composta por Felipe Virgilino Machado (jornalista), Cláudio da Silva (Radialista) e Marcos David Alves (comunicador), para a complementação da análise do recurso da empresa ENGENHO DE IDEIAS e das contrarrazões da empresa ALVO GLOBAL, referente ao processo licitatório, Concorrência Pública nº 257/2023.

a. Do envelope 03

i. Dos descumprimentos, em comum, cometidos pelas licitantes ALVO GLOBAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA. e LENCINA PUBLICIDADE LTDA., ao item ao item 11.6, "a"

Sobre a apresentação de clientes que não possuem mais contratos ativos com a Alvo Global e Lencina, neste ponto, ambas as empresas apresentaram diversos clientes, alguns ainda em atendimento e outros não. Entendemos que atende ao que foi solicitado no item 11.6 do edital, pois não é exigido que os clientes estejam com contratos ativos.

Da mesma forma, os profissionais apresentados pela Lencina atendem ao solicitado pelo edital, o fato deles terem apresentados outros profissionais, mostra uma equipe mais ampla e plural.

ii. Do descumprimento dos itens 11.8.1.2, 11.8.1.3, 11.8.2 e 11.10.4, cometido LENCINA PUBLICIDADE LTDA.

- Sobre não informar a data de produção das peças no repertório, essa informação não interferiu na avaliação técnica, uma vez que foi informada a data de veiculação. De qualquer forma, a falta dessa informação foi considerada na avaliação técnica.



- Sobre apresentar todas as peças do repertório em pen drive, pelo que consultamos, o edital não proíbe que as peças sejam apresentadas dessa forma, a única exigência é que as peças eletrônicas sejam fornecidas em pen drive, o que foi seguido pela licitante, assim entendemos que não houve descumprimento do edital.

b. Do envelope 01

i. Dos descumprimentos cometidos pela licitante ALVO GLOBAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.

1. Do não uso de espaçamento simples, conforme determina o item 11.2, "e";

Entendemos que a Alvo Global seguiu o que estava no edital, visto que foi utilizado espaçamento simples entre linhas nos textos. O fato de colocar cada subquesto em uma nova página estava previsto no item 11.2.9.

2. Da não listagem de todas as peças da Ideia Criativa, conforme determina o item 11.3.3, "a";

Entendemos que a agência apresentou listagem com todas as peças utilizadas em sua ideia criativa quando listou a utilização de carrossel (que é um conjunto de cards) e banner. Quanto aos vídeos, stories e reels dos artistas e da influenciadora, entendemos que são produzidas pelos próprios artistas e não peças da campanha, não tendo necessidade de serem listadas.

3. Da falta de uma peça;

Não entendemos essa questão, não encontramos no recurso da Engenho.

4. Da informação privilegiada em favor da recorrida;

Sobre a utilização de informações privilegiadas pela Alvo Global em relação ao Repórter Bicuira. Todos da comissão já vimos conteúdos relacionados ao repórter Bicuira. A comissão consultou o site da Prefeitura e redes sociais e constatou que existem diversas informações sobre ele disponíveis, portanto não se trata de informação privilegiada.



5. Da Estratégia de Mídia da recorrida, que não atendeu ao item 11.3.4 e seus subitens;

Primeiramente vale destacar que a comissão técnica fez a avaliação das campanhas apresentadas pelas agências considerando os critérios de julgamento técnico do edital, no item 12.2.1.

Quanto à estratégia de mídia, foi analisado o conhecimento dos hábitos de comunicação, a capacidade analítica desses hábitos, a consistência do plano, a pertinência, a economia e a utilização da mídia, seja segmentada, de massa ou alternativa.

A comissão não verificou se cada valor apresentado estava exato, consideramos a aplicação do plano como um todo, a sua coerência e consistência lógica.

Por se tratar de uma campanha simulada, com o objetivo de avaliar as campanhas apresentadas pelas agências, desconsideramos pequenas faltas de precisão, pois entendemos que isso não prejudica o resultado da campanha.

6. Do uso de Whatsapp, que leva ao descumprimento do item 11.3.4, "b"

O uso do whatsapp na estratégia de comunicação é muito importante, entendemos que todos os envolvidos podem compartilhar a campanha com seus amigos e em seus grupos. Desse modo, entendemos como válida e necessária essa ação.

7. Do uso de totens, o que leva a crer seja mais uma informação privilegiada;

A utilização dos totens que ficam na praia é uma estratégia inteligente, pois comunica com todos que passam. Nós da comissão, que frequentamos a praia, conhecemos esses totens e gostamos que foram utilizados na campanha, demonstra que a agência conhece a cidade.

8. Utilização do Tiktok, sem perfil do Órgão licitante;

Concordamos com a utilização do Tiktok na estratégia da agência, é uma rede social que todos estão utilizando, que tem muito engajamento e atinge muitas pessoas. O fato da prefeitura não ter uma conta no Tiktok não impede que ela seja criada, é muito fácil e simples.



9. Mídia OOH - Outdoor duplo em pontos inexistentes;

Referente a esse ponto, a Alvo Global, em suas contrarrazões, apresentou cópia da conversa com o representante da 360° DOOH, confirmando a existência de outdoor duplo nas rodovias indicadas. Assim, se havia alguma dúvida, ela foi esclarecida.

10. Das tabelas de preços Rede Globo divergentes ii.

As duas tabelas de valores da Rede Globo apresentadas, uma pela Engenho de Ideias e outra pela Alvo Global, tem valores muito parecidos, em nenhum dos casos a diferença faria a proposta ultrapassar a verba estipulada pelo edital, assim entendemos como válida a proposta.

Dos descumprimentos cometidos pela licitante LENCINA PUBLICIDADE LTDA.

1. Do não uso de espaçamento simples, conforme determina o item 11.2, "e";

Entendemos que a Lecina seguiu o que estava no edital, visto que foi utilizado espaçamento simples entre linhas nos textos. O fato de colocar cada subquesto em uma nova página estava previsto no item 11.2.9.

2. Das peças com erro na data;

Foi identificado por essa comissão que a campanha estava com a data de 2025, isso foi levado em consideração na avaliação, fazendo com que a proposta tivesse sua nota reduzida.

3. Da Proposta de ações inexecutáveis e sem custos previstos;

Não identificamos nenhuma situação que comprovasse tal fato.

4. Da apresentação de texto de defesa da Ideia Criativa;

Esse texto não foi levado em consideração na avaliação da Ideia Criativa, foram consideradas apenas as peças.



5. Da não citação de todas as peças na Ideia Criativa;

Entendemos que se trata de mera formalidade, não influenciando na avaliação técnica da campanha.

6. Da não citação todas as peças na Estratégia de Mídia;

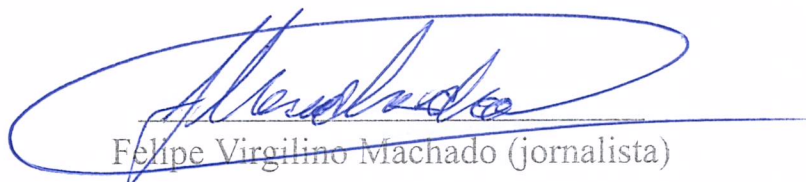
Foram identificadas pela comissão pequenas inconsistências na apresentação da campanha, isso foi levado em consideração na avaliação fazendo com que a proposta tivesse sua nota reduzida.

7. Utilização do Tiktok, sem perfil do Órgão licitante;

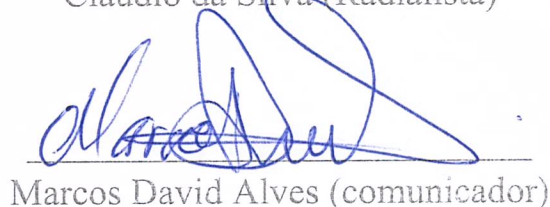
Como já dito anteriormente, concordamos com a utilização do Tiktok na estratégia da agência, é uma rede social que todos estão utilizando, que tem muito engajamento e atinge muitas pessoas. O fato da prefeitura não ter uma conta no Tiktok não impede que ela seja criada, é muito fácil e simples.

8. Erro na tabela de preços Rádio 104 FMI.

O valor apresentado pela Lencina está correto para a faixa entre 6h e 24h. Entendemos como um erro formal, não influenciando na avaliação técnica da campanha.


Felipe Virgílio Machado (jornalista)


Cláudio da Silva (Radialista)


Marcos David Alves (comunicador)

Tramandaí, 17 de Maio de 2024



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE TRAMANDAÍ



De: Procuradoria Jurídica
Para: Setor de Licitações
Processo nº 28980/2023
Parecer nº 087/2024

Trata-se recurso interposto por ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA., CNPJ 07.895.771/0001-33 (protocolo 9452/2024) contra a decisão de desclassificação da proposta técnica da empresa ora recorrente, que não cumpriu a exigência do **item 11.4¹** do edital (por não ter reproduzido todo o conteúdo do invólucro 01 (via não identificada) no invólucro 02 (via identificada) não contendo o item denominado “ideia criativa”). E recorreu em relação a classificação da empresa ALVO GLOBAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., eis que alega que descumpriu os itens 11.6 “a”, 12.4, 11.2 “e”, 11.3.3 “a”, 11.3.4 do edital, e em relação a classificação da empresa LENCINA PUBLICIDADE LTDA., recorreu eis que alega que descumpriu os itens 11.2. “e”, 11.3.3 “a”, 11.3.4 “b”, 11.6 “a”, 11.8.1.2, 11.8.13, 11.8.2 e 11.10.4, do edital, nos autos da Concorrência Pública nº 257/2023, que visa a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade/propaganda para todos os órgãos e entidades da Administração direta ou indireta do Município de Tramandaí.

Houve contrarrazões da empresa ALVO GLOBAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA. (Protocolo 10526/2024), a qual alega que a matéria ventilada no presente recurso não pode prosperar eis que alega razões impertinentes e interpretações distorcidas do edital. E ratifica que cumpriu todas as exigências do edital, devendo ser mantida sua classificação. Requeru o improvidamento do recurso.

Não houve contrarrazões da empresa LENCINA PUBLICIDADE LTDA.

É o relato.

Primeiramente, os recursos foram conhecidos e tempestivos. Passamos a análise de mérito.

Sendo assim analisando o recurso da empresa ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA. (protocolo 9452/2024), e contrarrazões da empresa ALVO GLOBAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA. (Protocolo 10526/2024), verifica-se que as presentes

111.4 - O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Idéia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

razões recursais divide-se em tópicos centrais: 1) pedido de revisão da desclassificação da empresa Engenho, ora recorrente; 2) pedido de desclassificação das empresas licitantes Alvo Global e Lencina, pelos pontos acima expostos.

Analisando-se o conteúdo dos recursos, vê-se que estes contêm predominantemente conteúdo técnico, de modo que o exame dos questionamentos técnicos deve ser feito pela subcomissão que julgou as propostas sob esse aspecto.

Com efeito, houve manifestação da Subcomissão Técnica quanto aos argumentos da parte recorrente às fls. 898/899 e 902/906.

Como este parecerista jurídico não possui competência para se imiscuir no conteúdo técnico objeto de questionamento, irá se restringir ao exame dos aspectos jurídicos suscitados, os quais dizem respeito, ao questionamento da empresa ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA. quanto à sua desclassificação em virtude de excesso de formalismo no que toca a interpretação referente a apresentação do invólucro nº 02 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada) que *“não reproduziu todo conteúdo do invólucro 01 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada), uma vez que não contém o item denominado “IDEIA CRIATIVA”, estando, assim, em desacordo com o subitem 11.4 do edital”*; e por isso foi desclassificada.

Delimitada a matéria jurídica objeto dos recursos, passa-se à sua análise.

A recorrente impugna a sua desclassificação em virtude de ter apresentado proposta em papel couché, o que foi tido pela Comissão Permanente de Licitações como violação ao item 10.2 do Edital. Alega que houve excesso de formalismo, uma vez que não há previsão expressa proibitiva no Edital quanto à apresentação da proposta em papel couché, e que tal conduta não implicou em identificação da proposta da licitante.

Entende-se que assiste razão parcialmente à recorrente. Explica-se.

De início, importante transcrever as disposições editalícias pertinentes ao exame.

1. DO PEDIDO DE REVISÃO DA DECISÃO DE DESCLASSIFICAÇÃO DA EMPRESA ENGENHO:

Em relação ao pedido de revisão da decisão de desclassificação do item 11.4² do edital, e verificando os termos do edital, e posicionamento da Subcomissão Técnica, e da Comissão Permanente de Licitação, o que foi tido como violação ao item 11.4 do Edital. Alega que houve excesso de formalismo, por parte da Comissão Licitante.

² 11.4 - O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Idéia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

E neste sentido passamos a analisar a questão posta, as razões recursais e documentos anexados, se realmente houve excesso de formalismo na decisão de desclassificação da empresa.

No caso em apreço, a empresa recorrente foi reconhecida pela Comissão Licitante o descumprimento do **item 11.4** do edital:

11.4 - O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Idéia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Verificando essa situação, posta com a legislação e demais itens do edital e princípios de direito, a Lei 12.232/2010 em seus artigos 6º, 7º, 8º, 9º e 10º, expressamente prevê que a licitação para contratação de agências de publicidade, que as propostas técnicas apresentadas serão apresentadas em duas vias, sendo, inicialmente, **uma via sem identificação**, demonstrando preocupação com que **a primeira proposta técnica analisada não fosse identificada**, visto que o legislador buscou atribuir maior valoração à proposta técnica, momento em que será analisado o potencial criativo dos licitantes. Assim, a lei em seu artigo 6º, enumerou diversos procedimentos para garantir a objetividade necessária às decisões da Comissão de Licitação e da subcomissão técnica, tais como: padronização das formas de apresentação das propostas técnicas, **permitindo o conhecimento do autor apenas depois da avaliação**, conforme se extrai dos seguintes dispositivos:

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:

I - os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 desta Lei;

II - as informações suficientes para que os interessados elaborem propostas serão estabelecidas em um briefing, de forma precisa, clara e objetiva;

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;

*IV - o plano de comunicação publicitária previsto no inciso III deste artigo será apresentado em 2 (duas) vias, **uma sem a identificação de sua autoria** e outra com a identificação;*

(...)

IX - 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, observada a exceção prevista no inciso XI deste artigo;

X - para apresentação pelos proponentes do conjunto de informações de que trata o art. 8º desta Lei, poderão ser fixados o número máximo de páginas de texto, o número de peças e trabalhos elaborados para seus clientes e as datas a partir das quais devam ter sido elaborados os trabalhos, e veiculadas, distribuídas, exibidas ou expostas as peças;

XI - na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação;

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.*

*Art. 7º O **plano de comunicação publicitária** de que trata o inciso III do art. 6º desta Lei será composto dos seguintes quesitos:*

***I - raciocínio básico**, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do órgão ou entidade responsável pela licitação, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;*

***II - estratégia de comunicação publicitária**, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo órgão ou entidade responsável pela licitação;*

III - ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

IV - estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

Art. 8º O conjunto de informações a que se refere o inciso III do art. 6º desta Lei será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes.

Art. 9º-As propostas de preços serão apresentadas em 1 (um) invólucro e as propostas técnicas em 3 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica.

§ 1º O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pelo órgão ou entidade responsável pela licitação, sem nenhum tipo de identificação.

§ 2º A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

Art. 10. As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

§ 1º As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

Portanto, a preocupação que o legislador inclui na legislação foi para que a proposta técnica a ser analisada pela subcomissão, não fosse identificada enquanto sua análise técnica de pontuação ainda não estive definida, e isto aconteceu no presente caso, ficando do anonimato, com a avaliação da subcomissão.

E verificando o edital nos itens da elaboração e apresentação da proposta técnica, item 11 e seus subitens, e do item 12, e seus subitens, do julgamento da proposta técnica, verifica-se que segue, e não poderia ser diferente, o respeito ao anonimato da proposta da via não identificada, para avaliação da subcomissão, da proposta técnica das licitantes, postulantes. Vejamos:

11 - APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA:

11.1 - A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada em 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

11.1.1 - A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

11.2 - O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

(...)

A qual a via não identificada foi analisada e avaliada pela subcomissão técnica, no anonimato, sem qualquer tipo de identificação, que fora avaliada e pontuada a proposta técnica, pela subcomissão.

Neste sentido a questão da proposta identificada, a qual a subcomissão técnica, analisou e reconheceu o cumprimento das exigências editalícias. E posteriormente, foi analisado pela Comissão de Licitação, que apontou que na via identificada, não foi cumprido o termo do edital, no item 11.4 do edital, eis que aponta que não reproduzido todo conteúdo do invólucro 01, faltando o item denominado “ideia criativa” na via identificada.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

11.4 - O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado. (Grifei)

Assim, verificando o dispositivo do edital, as alegações recursais, o dispositivo legal art. 9º, §2º da Lei 12.232/2010, que expressamente dispõe: **“sem constar exemplos de peças referentes à ideia criativa.”** E em seu **art. 7º, III**, fala que a **ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias**, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária. Ora se pela lei a ideia criativa, o conceito remete **“sob a forma de exemplos”**, e a lei e o edital falam que na via identificada, não deve constar exemplo de peças referente a ideia criativa, se mostra **desproporcional** a decisão da Comissão Licitante, em desclassificar a proposta técnica, da empresa ora recorrente, por este motivo, em desprestígio da decisão da subcomissão técnica, na análise anterior, que é soberana neste particular, e reconheceu o cumprimento da exigência, e do princípio do **formalismo moderado**, conforme **Acórdão nº 357/2015** do Plenário do TCU, que reconhece:

*Falhas formais, sanáveis durante o processo licitatório, não devem levar à desclassificação da licitante. No curso de procedimentos licitatórios, a Administração Pública **DEVE pautar-se pelo princípio do formalismo moderado**, que prescreve a adoção de formas simples e suficientes para propiciar adequado grau de certeza, segurança e respeito aos direitos dos administrados, promovendo, assim, a prevalência do conteúdo sobre o formalismo extremo, respeitadas, ainda, as praxes essenciais à proteção das prerrogativas dos administrados. (Grifei)*

Neste particular o Parecer Jurídico, **opinativo**, é no sentido de **PROVIMENTO PARCIAL** do recurso, nesta espécie, para revisão da desclassificação da proposta técnica, por alegado descumprimento do **item 11.4**, do edital e classificação da mesma, conforme já reconhecido pela Subcomissão Técnica, órgão soberano nas decisões técnicas do presente certame, conforme disposição final, que da competência para julgamento técnico da Subcomissão Técnica, vejamos **“com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas”** do art. 10 e §1º da Lei 12.232/2010.

2. DA PONTUAÇÃO APRESENTADA:

Referente a pontuação, importante frisar no edital não ficou claro a forma das casas decimais e arredondamentos na pontuação, sendo assim a Subcomissão e Comissão de Licitação, fizeram os arredondamentos em duas casas decimais, como usualmente é feito quando

3 Art. 9º-As propostas de preços serão apresentadas em 1 (um) invólucro e as propostas técnicas em 3 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica.
(...)

§ 2º A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

4 Art. 10. As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

§ 1º As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, ...

se trata de avaliação técnica, nas aquisições de produtos e serviços, contemplando duas casas decimais.

Neste sentido verificando as pontuações, quando da divisão por 03 (03 notas dos avaliadores) nas questões técnicas de: a1) raciocínio lógico; a2) estratégia de comunicação publicitária; a3) ideia criativa; a4) estratégia de mídia e não mídia; b) capacidade de atendimento; c) repertório; d) relatos de soluções de problemas de comunicação; e valor total, **sugere-se** deve ser observado as regras da norma da ABNT NRB 5891⁵, quando da divisão das notas dos 03 avaliadores, e se der valor com mais casas decimais, sugere-se seja arredondado conforme norma da ABNT, visto que o edital não previu a forma de arredondamento, e há regulamentação neste sentido na ABNT.

Sendo assim, a sugestão é que seja analisado o cálculo das notas técnicas, com a aplicação das regras da ABNT.

E no tangente as **demais razões recursais**, que retrata a questão de irresignação em relação à análise técnica da Subcomissão em relação as empresas ALVO GLOBAL e LENCINA PUBLICIDADE, este parecerista jurídico não possui competência para se imiscuir no conteúdo técnico objeto dos questionamentos, irá se restringir ao exame dos aspectos jurídicos do procedimento e andamento do processo, frente as leis e princípios legais e constitucionais, e as disposições do edital, buscando sempre a melhor proposta para administração e a ampla concorrência entre os licitantes, com respeito ao formalismo moderado, que deve pautar os processos licitatórios, buscando sempre a melhor proposta para Administração. Vejamos:

3. DAS RAZÕES RECURSAIS DOS DEMAIS LICITANTES:

a) do envelope 03 – referente ao item 11.6 “a” contra as empresas Alvo Global – Publicidade e Propaganda Ltda. e Lencina Publicidade Ltda.

Neste particular a Subcomissão analisou e é soberana em sua decisão, fls. 898-99/902-06, neste particular, por tratar-se de matéria eminentemente técnica, entendeu que não houve violação ao edital.

E verificando o dispositivo, também não identificamos violação, visto que o mesmo não exige que os clientes sejam atuais, vigentes.

ii. Da alegação do descumprimento dos itens 11.8.12, 11.8.13, 11.8.2 e 11.10.4 da empresa Lencina:

5 As regras de arredondamento, seguindo a Norma ABNT NBR 5891, aplicam-se aos algarismos decimais situados na posição seguinte ao número de algarismos decimais que se queira transformar, ou seja, se tivermos um número de 4, 5, 6, *n* algarismos decimais e quisermos arredondar para 2, aplicar-se-ão estas regras de arredondamento:

- se os algarismos decimais seguintes forem menores que 50, 500, 5000..., o anterior não se modifica.
- se os algarismos decimais seguintes forem maiores a 50, 500, 5000..., o anterior incrementa-se em uma unidade.
- se os algarismos decimais seguintes forem iguais a 50, 500, 5000..., verifica-se o anterior; se for par, o anterior não se modifica; se for ímpar, o anterior incrementa-se em uma unidade. O motivo para arredondar para o par mais próximo é minimizar vieses que seriam causados, caso números terminados em 5 sempre fossem arredondados para cima.

Neste particular a Subcomissão Técnica analisou e em sua decisão, fls. 99/902-06 referente alegada irregularidades na apresentação do repertório e relatos da empresa Lencina, entendeu que pequenas variações nas apresentações não comprometem a avaliação das propostas. Conforme segue resposta da Subcomissão Técnica.

Portanto, neste particular deve ser observada a decisão da Subcomissão Técnica, em respeito a segregação de função, previsto em lei.

b) do envelope 01 – do alegado descumprimento dos itens 11.2 “e”, 11.3.3 “a”, 11.3.4 e subitens, 11.3.4 “b”, falta de uma peça, informação privilegiada, uso de whatsapp, uso de totens, tiktok, mídia OOH, tabela de preços, em desfavor da empresa Alvo Global:

A Subcomissão em sua decisão de fls. 898-99/902-06, de alegada irregularidades na apresentação do Plano de Comunicação da empresa Alvo Global, reconheceu que pequenas variações nas apresentações não comprometem a avaliação das propostas técnicas, e portanto, foram aceitas pela Subcomissão.

E nas respostas ao recurso, fls. 903-05, a Subcomissão respondeu os demais questionamentos recursais da empresa recorrente, conforme segue anexo no processo, reconheceram como válidas as propostas apresentadas pela empresa Alvo Global, entendendo ter sido cumpridas as exigências do edital, para avaliação técnica.

ii. do alegado descumprimento dos itens 11.2 “e”, das peças com erro na data, proposta de ações inexequíveis e sem custos previstos, da apresentação de texto de defesa da ideia criativa, da não citação de todas peças na ideia criativa e na estratégia de mídia, uso do tiktok, tabela de preços, em desfavor da empresa Lencina Publicidade:

A Subcomissão em sua decisão de fls. 898-99/902-06, de alegada irregularidades na apresentação do Plano de Comunicação da empresa Lencina Publicidade, reconheceu que pequenas variações nas apresentações não comprometem a avaliação das propostas técnicas, e portanto, foram aceitas pela Subcomissão

E nas respostas ao recurso, fls. 905-06, a Subcomissão respondeu os demais questionamentos recursais da empresa recorrente, conforme segue anexo no processo, reconheceram como válidas as propostas apresentadas pela empresa Lencina Publicidade, entendendo ter sido cumpridas as exigências do edital, para avaliação técnica.

E neste sentido, deve ser observada a questão de análise sobre a interação dos princípios e valores que regem o processo licitatório, regulamentado pela nossa Constituição Federal, em seu art. 37, inciso XXI, art. 3º da Lei 8.666/93⁶, que delimitam a igualdade de

⁶ CF/88 - Art. 37. A administração pública direta, indireta ou fundacional, de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e, também, ao seguinte: (...)

condições entre os concorrentes, isonomia, da proposta mais vantajosa para administração, legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e demais princípios correlatos.

Assim, o princípio da vinculação ao instrumento convocatório é corolário do princípio da legalidade e da objetividade das determinações habilitatórias. Impõe à Administração e ao licitante a observância das normas estabelecidas no Edital de forma objetiva, mas sempre velando pelo **princípio da competitividade**, sendo que a vinculação ao edital não é um princípio absoluto, deve ser interpretado com a interação de outros princípios bases da licitação, como ampla concorrência, igualdade de condições, proposta mais vantajosa ao interesse Público.

Deve-se interpretar os preceitos do ato convocatório em conformidade com as leis e a Constituição; afinal, o edital é ato concretizador e de hierarquia inferior a elas. Antes de observar o Edital e condicionar-se a ele, os licitantes e a Administração devem verificar a sua legalidade, legitimidade e constitucionalidade. O Edital é o derradeiro instrumento normativo da licitação, pois regulamenta as condições específicas de um certame. E eventual **formalismo exagerado**, contraria o próprio fim da licitação, conforme jurisprudência de vanguarda, no sentido de buscar a maior amplitude de concorrência para fim de buscar a melhor proposta para o objeto licitado de interesse da Administração.

Neste sentido segue jurisprudência relativizando a vinculação exagerada ao edital, em respeito ao **princípio da razoabilidade, formalismo moderado e principalmente a amplitude de concorrência na busca da melhor proposta** ao objeto licitado pelo Poder Público.

Vejamos:

APELAÇÃO CÍVEL. LICITAÇÃO. MANDADO DE SEGURANÇA. PREGÃO PRESENCIAL Nº 020/2018/SMCAS. MUNICÍPIO DE RIO GRANDE. CONTRATAÇÃO DE EMPRESA DESTINADA À PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS DE RECEPCIONISTAS ATENDENTES CBO 4221-05, NA SECRETARIA DO MUNICÍPIO DE CIDADANIA E ASSISTÊNCIA SOCIAL (SMCAS). INABILITAÇÃO PARA O CERTAME. NÃO ATENDIMENTO DA EXIGÊNCIA DISPOSTA NO ITEM 4.4.1 DO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO, DIANTE DA NÃO APRESENTAÇÃO DA CERTIDÃO NEGATIVA DE FALÊNCIA OU CONCORDATA. EXCESSO DE FORMALISMO CONFIGURADO, EM RAZÃO DA CERTIDÃO SICAF APRESENTADA PELA PARTE. ORDEM CONCEDIDA. 1. Em que pese não se

XXI – ressalvados os casos especificados na legislação, as obras, serviços, compras e alienações serão contratados mediante processo de licitação pública que assegure igualdade de condições a todos os concorrentes, com cláusulas que estabeleçam obrigações de pagamento, mantidas as condições efetivas da proposta, nos termos da lei, o qual somente permitirá as exigências de qualificação técnica e econômica indispensáveis à garantia do cumprimento das obrigações.

Lei 8666/93 - Art. 3º A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável 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.

negue a rotineira aplicação do princípio da adstrição ao edital nos julgamentos relativos ao cumprimento das exigências formais dos certames públicos, **não se pode olvidar que tal entendimento deve ser mitigado, quando evidenciado que o formalismo excessivo afronta diretamente outros princípios de maior relevância, como o interesse público diretamente relacionado à amplitude das propostas oferecidas à Administração Pública.** 2. Os termos do edital não podem ser interpretados com rigor excessivo que acabe por prejudicar a própria finalidade da licitação, restringindo a concorrência. O princípio da vinculação ao instrumento convocatório decorre dos princípios da isonomia e da impessoalidade, e deve ser conjugado com o propósito de garantia à obtenção da proposta mais vantajosa ao Poder Público, o que determina que sejam relevadas simples irregularidades, com a observância ao princípio do formalismo moderado. 3. In casu, a inabilitação da recorrente se deu em razão da não apresentação da Certidão Negativa de Falência ou Concordata exigida no item 4.4.1 (Qualificação Econômico-Financeira). Todavia, restou juntado pela parte impetrante a Certidão SICAF, que determina a presunção da negativa de falência ou recuperação judicial. Aplicação da Lei nº 8.666/93, Decreto Federal nº 3.722/2001, Instrução Normativa nº 02/2010, do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão e Manual do SICAF. Assim, outra solução não pode ser dada senão a concessão da ordem. APELO PROVIDO, POR MAIORIA, NA FORMA DO ART. 942 DO CPC. (Apelação Cível, Nº 70083955484, Segunda Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Lúcia de Fátima Cerveira, Julgado em: 27-07-2020)

Partindo dessa premissa, de respeito a maior concorrência na busca de melhor oferta para satisfação dos interesses da Administração, e neste sentido pedimos vênias para colacionar excerto da ementa do acórdão do TJRS, que elucida bem a matéria:

(...)

2. Pelo procedimento licitatório, a Administração Pública visa a selecionar a proposta mais vantajosa para entabular contrato de seu interesse. **Esse é o fim essencial da licitação: buscar a melhor proposta para a satisfação do interesse público.** Para tanto, é necessário permitir (e fomentar) a competição entre os interessados, advindo daí o descabimento da inclusão, em edital, de exigências desnecessárias à efetivação/execução do objeto licitado, sob pena de restringir a concorrência e, com isso, diminuir a possibilidade de a Administração Pública ter acesso à melhor proposta. Se não cabe incluir, no edital, previsão desnecessária à execução do objeto licitado, com mais razão descabe à Comissão de Licitações dar interpretação que amplie requisito formal nela não expressamente previsto. APELAÇÃO DESPROVIDA. (TJ-RS - AC: 70076100940 RS, Relator: Ricardo Torres Hermann, Data de Julgamento: 31/01/2018, Segunda Câmara Cível, Data de Publicação: 15/02/2018) Grifa-se

Assim, feitos os relatos, considerando a particularidade do caso concreto e as razões recursais e contrarrazões, e resposta da Subcomissão Técnica, cuja competência é soberana sobre o mérito das questões técnicas ora apreciadas, conforme art. 10, parte final e §17 da Lei 12.232/2010, e, por fim, passamos um **parecer opinativo** para avaliação e revisão do Procurador Geral do Município.

7 Art. 10. As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, **com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.**

§ 1º **As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica,** constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, ...

DA CONCLUSÃO:

1. Segue o presente parecer ao conhecimento da Procuradoria Geral, para que analise e defina se: a desclassificação da proposta da empresa recorrente ENGENHO DE IDEIAS ocorreu de forma arrazoada ou não, frente ao princípio da razoabilidade e do formalismo moderado, a qual **opinamos** o parecer, pelo **provimento parcial** do recurso, contra decisão de desclassificação da empresa engenho; por vício formal, com sua reforma, acarretará ampliação de concorrência entre as empresas, na busca da melhor proposta aos interesses da Administração;

2. As demais razões recursais, foram analisadas e respondidas pela Subcomissão Técnica, que respondeu os questionamentos recursais, às fls. 898-99/902-06, dos pontos ventilados pela empresa recorrente contras as empresas classificadas Lencina e Alvo Global, o qual este parecer não se imiscuiu nas questões técnicas ventiladas, eis que de competência da Subcomissão Técnica, conforme determinação legal;

Assim, sugiro que o presente **parecer opinativo** seja **analisado e revisado pela Procuradoria Geral**, visto a complexidade, necessidade e repercussão que objeto da licitação demanda perante a Administração e seus administrados, para que se defina o andamento do certame, face o recurso e contrarrazões apresentadas.


Segue presente parecer para consideração da Autoridade Superior.

Tramandaí, 29 de maio de 2024.

Jorge Alberto Lima de Souza
Assessor Jurídico

VISTO EM REVISÃO
O FORMALISMO NO PROCESSO DE LICITAÇÃO
DEVE SER APLICADO DE FORMA MODERADA,
VIABILIZANDO UMA AMPLA PARTICIPAÇÃO
E CONCORRÊNCIA.
PELA MANUTENÇÃO DO PADRÃO.

02/07/24


Procurador Geral
Port. 109/17



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE TRAMANDAÍ

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 257/2023

Processo: 28.980/2023

“CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA – TIPO MELHOR TÉCNICA E PREÇOS”

Subitem 18.3, “d” do edital – elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica.

PONTUAÇÃO FINAL DOS MEMBROS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA	
EMPRESA: ALVO GLOBAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.	PONTUAÇÃO
a1) Raciocínio Básico	4,33
a2) Estratégia de Comunicação Publicitária	23,67
a3) Ideia Criativa	22,67
a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia	8,33
b) Capacidade de Atendimento	13,67
c) Repertório	9
d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	8
TOTAL	89,67



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE TRAMANDAÍ

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 257/2023

Processo: 28.980/2023

“CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA – TIPO MELHOR TÉCNICA E PREÇOS”

Subitem 18.3, “d” do edital – elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica.

PONTUAÇÃO FINAL DOS MEMBROS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA	
EMPRESA: ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA.	PONTUAÇÃO
a1) Raciocínio Básico	3
a2) Estratégia de Comunicação Publicitária	18,67
a3) Ideia Criativa	18
a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia	7
b) Capacidade de Atendimento	13,67
c) Repertório	7,67
d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	8
TOTAL	76,01



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE TRAMANDAÍ

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 257/2023

Processo: 28.980/2023

“CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA – TIPO MELHOR TÉCNICA E PREÇOS”

Subitem 18.3, “d” do edital – elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica.

PONTUAÇÃO FINAL DOS MEMBROS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA	
EMPRESA: LENCINA PUBLICIDADE LTDA.	PONTUAÇÃO
a1) Raciocínio Básico	3
a2) Estratégia de Comunicação Publicitária	17,33
a3) Ideia Criativa	14,67
a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia	8,33
b) Capacidade de Atendimento	14,33
c) Repertório	9
d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	9,33
TOTAL	75,99



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE TRAMANDAÍ



EDITAL DE CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 257/2023

Processo: 28.980/2023

“CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA – TIPO MELHOR TÉCNICA E PREÇOS”

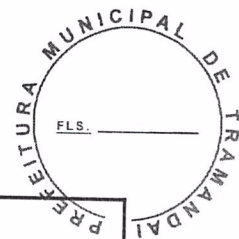
Subitem 18.3, “d” do edital – elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica.

PONTUAÇÃO FINAL DOS MEMBROS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA	
EMPRESA: ALVO GLOBAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.	PONTUAÇÃO
a1) Raciocínio Básico	4,33
a2) Estratégia de Comunicação Publicitária	23,67
a3) Ideia Criativa	22,67
a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia	8,33
b) Capacidade de Atendimento	13,67
c) Repertório	9
d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	8
TOTAL	89,67

PONTUAÇÃO FINAL DOS MEMBROS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA	
EMPRESA: ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA.	PONTUAÇÃO
a1) Raciocínio Básico	3
a2) Estratégia de Comunicação Publicitária	18,67
a3) Ideia Criativa	18
a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia	7
b) Capacidade de Atendimento	13,67
c) Repertório	7,67
d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	8
TOTAL	76,01



ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE TRAMANDAÍ



PONTUAÇÃO FINAL DOS MEMBROS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

EMPRESA: LENCINA PUBLICIDADE LTDA.	PONTUAÇÃO
a1) Raciocínio Básico	3
a2) Estratégia de Comunicação Publicitária	17,33
a3) Ideia Criativa	14,67
a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia	8,33
b) Capacidade de Atendimento	14,33
c) Repertório	9
d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	9,33
TOTAL	75,99