



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE
E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 02

No dia 01 de junho de 2020, a Subcomissão Técnica de Licitação do Governo do Estado de Minas Gerais formada pelos membros internos Andreza Gischewski Costa, Marcelle Melasso, Marta Emilia Pinto Botelho, Ronaldo Moraes de Paiva Junior e pelos membros externos Leandro Figueiredo Magalhães e Luciano Resende, abaixo assinados, responde os recursos interpostos contra a decisão da Comissão Especial de Licitação proferida aos oito dias do mês de maio de 2020 em sessão pública, onde foram divulgadas as notas e classificação das licitantes na primeira etapa, Plano de Comunicação Publicitária, envelopes 1, 2 e 3, no processo de seleção das agências que irão prestar serviços de publicidade e propaganda para as secretarias do Governo de Minas Gerais.

Os recursos recebidos, por parte dessa Subcomissão Técnica de Licitação, em 21 de maio de 2020, foram:

- RECURSO Nº 1 - REQUERENTE: AGÊNCIA AZ3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA – LOTE 01
- **RECURSO Nº 2 - REQUERENTE: AGÊNCIA AZ3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA – LOTE 02**
- RECURSO Nº 3 - REQUERENTE: AGÊNCIA AZ3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA – LOTE 03
- RECURSO Nº 4 - REQUERENTE: AB POSITIVO COMUNICAÇÃO E MARKETING - LOTE 05
- RECURSO Nº 5 - REQUERENTE: AGÊNCIA CASASANTO – LOTE 06

OBJETO DA LICITAÇÃO:

Os contratos de serviços de publicidade e propaganda a serem adjudicados às empresas vencedoras desta Licitação terão por objeto a execução de atividades de publicidade e propaganda previstas na Lei 12.232, de 29 de abril de 2010, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial de promoção, de patrocínio, de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

Considera-se serviços de publicidade e propaganda, 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, e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias e de informar o público em geral.

RESPOSTA AO RECURSO Nº 2 - REQUERENTE: AGÊNCIA AZ3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA – LOTE 02:

A Subcomissão Técnica de Licitação dedicou-se a analisar detalhadamente cada ponto apresentado pela requerente AZ3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI com o intuito de reiterar a lisura do processo e o comprometimento de cada julgador no que diz respeito aos critérios e notas atribuídas para cada proposta entregue pelos 21 (vinte e um) licitantes.



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE
E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 02

A esse Recurso foram apresentadas Contrarrazões pela licitante Perfil 252, ao qual também foram observados os argumentos e serviram de base para a presente decisão administrativa.

Quanto à recorrente, vale ressaltar que obteve no lote em questão, a 7ª colocação, e que, atualmente, atende o Governo do Estado, o que evidencia o intuito do recurso de atrasar a licitação para manter o contrato em custo, com o relevante destaque para o fato de que ela presta serviços justamente a Secretaria de Saúde, que diante da Pandemia do Coronavírus, tem apresentado maior demanda e execução por parte do Estado.

Ainda assim, em respeito e observância aos princípios de transparência e livre acesso à informação pelas empresas concorrentes, sem distinção; bem como pela sociedade civil, em geral, aos termos e conteúdo dos processos de concorrências públicas, esta Subcomissão Técnica de Licitação discorrerá, conforme abaixo apresentado, ponto a ponto, sobre as questões suscitadas pela recorrente ao Presidente da Comissão Permanente de Licitação, nos pontos estritos que lhe cabem.

a) Da desclassificação da Licitante PERFIL 252 do lote nº 02 por ter ultrapassado o número de linhas dos textos em mais de 20% em diversas páginas e identificação da proposta técnica, frente à utilização de idênticos CDs/ DVDs, com mesma aparência, mesmo fabricante e mesmo número de fabricação.

Alega a licitante que a recorrida Perfil 252 teria violado o edital ao dispor de espaços duplos em parte de seus textos e que por tal razão deveria ser desclassificada.

A alegação, no entanto, não procede.

Conforme consta do edital, todos os licitantes deveriam apresentar suas propostas em um determinado número de laudas (cada item tem um número máximo de laudas), que deveriam ter, no máximo, 25 linhas.

Esse é o ponto fundamental: nenhum licitante poderia extrapolar o número máximo de linhas e de fato tal questão não foi violada. A utilização de espaço duplo não garante a licitante recorrida qualquer vantagem, sendo incontroverso que não há qualquer violação ao número de páginas e linhas, ou seja, o conteúdo foi transmitido dentro do limite imposto pelo edital.

Desta feita, a quantidade total de textos a serem utilizados foi a mesma para todos os licitantes, independentemente do espaçamento entre as linhas, pelo que analisando a proposta da licitante Perfil 252, verifica-se que ela não extrapolou os limites impostos pelo edital.



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE
E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 02

Desta forma, não faz qualquer sentido eliminar eventual licitante pelo uso de espaçamento diverso do descrito no edital, posto que o objetivo da licitação é a busca da proposta mais vantajosa para a administração pública, preservada a isonomia entre os concorrentes. Não há vantagem em se adotar um espaçamento duplo, pelo que deve ser preservada a proposta que se apresentou bastante qualificada tecnicamente, tanto que foi muito bem avaliada.

Nesse sentido, *“a pura e simples contradição entre o ato concreto e o modelo normativo é insuficiente para o reconhecimento da nulidade. (...) Faz-se necessário examinar o fim buscado pela ordem jurídica, quando impor determinada disciplina de conduta. Daí se segue que a ausência de lesão ao interesse ou valor tutelado pelo Direito torna irrelevante a desconformidade entre a conduta e o modelo legal. Nesse caso, poderia reconhecer-se a irrelevância da desconformidade”*. (Marçal Justen Filho, fls. 892, Comentários a Lei de Licitações e Contratos Administrativos, 2024, ed. RT dos Tribunais).

Portanto, a alegação não deve prosperar, não havendo sentido lógico em se excluir a licitante apenas por ter utilizado um determinado espaçamento, que em nada muda o conteúdo de sua proposta ou lhe garante qualquer vantagem competitiva.

Por outro lado, alega que haveria identificação nos CDs apresentados no involuço 1.

De início, quanto a esse ponto, vale dizer que a recorrente alega a mesma questão de identificação de CDs para outros três licitantes.

Com efeito, a argumentação parte da premissa de que apenas nesse lote, quatro licitantes melhores colocados do que ela, teriam, voluntariamente, emitido para a Comissão de Licitação um sinal através de CDs totalmente comuns e que a Subcomissão teria aberto todos os envelopes e tentado criar uma conexão entre as marcas de CD e os licitantes. A questão é lamentável e parte da premissa de que a Subcomissão tentaria identificar os licitantes. Isso não ocorreu e é fácil perceber a fragilidade dos argumentos da recorrente.

É que não há qualquer identificação nos CDs/ DVDs apresentados pela licitante. A utilização de uma mídia totalmente comum. O CD apresentado na via não identificada possui um adesivo branco sem qualquer identificação e no CD utilizado no invólucro de nº 3 possui um adesivo estampado com a identidade visual da agência. Ou seja, nos dois invólucros os CDs apresentados são totalmente diferentes o que impossibilitaria, por parte dessa Subcomissão Técnica de Licitação, qualquer tipo de identificação.

Por fim, é preciso frisar que a mecânica de avaliação se deu da seguinte maneira: Primeiro foram analisadas todas as propostas do envelope 01 e atribuídas suas respectivas notas, para depois, sem qualquer hipótese de revisão do trabalho realizado anteriormente, serem abertas as propostas do envelope 03. Ou seja,



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE
E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 02

quando foram avaliados os materiais pertencentes ao envelope 03, todas as propostas do envelope 01 já estavam devidamente justificadas e avaliadas, desqualificando assim, o questionamento do Requerente quanto a lisura do processo e a integridade dos membros pertencentes à Subcomissão Técnica de Licitação.

Posto isso, a conclusão é que a **Licitante Perfil 252** não merece ser penalizada por desclassificação, visto que não foi possível identificá-la na proposta apresentada no envelope nº1.

b) Da desclassificação da Licitante TOM Comunicação do lote nº 02 por ter utilizado nos envelopes 1 e 3 CDs/ DVDs idênticos com mesma aparência, mesma forma de aplicação da etiqueta e com o mesmo nome de fabricante e número de fabricação.

Assim como foi claramente defendido no item b deste documento, não há qualquer identificação nos DVDs apresentados pela licitante. A utilização de um DVD totalmente comum, com fundo branco, fonte preta, sem qualquer menção ao proponente não caracteriza qualquer irregularidade.

A associação feita no recurso não tem qualquer fundamento, sendo certo que se poderia imaginar isso por vários aspectos, como forma de redação ou estilo. A análise é absolutamente subjetiva e não tem qualquer amparo no edital.

Para além disso, é preciso frisar que a mecânica de avaliação se deu da seguinte maneira: Primeiro foram analisadas todas as propostas do envelope 01 e atribuídas suas respectivas notas, para depois, sem qualquer hipótese de revisão do trabalho realizado anteriormente, serem abertas as propostas do envelope 03. Ou seja, quando foram avaliados os materiais pertencentes ao envelope 03 todas as propostas do envelope 01 já estavam devidamente justificadas e avaliadas, desqualificando assim, o questionamento do Requerente quanto a lisura do processo e a integridade dos membros pertencentes à Subcomissão Técnica de Licitação.

Posto isso, fica deliberado que a **Licitante TOM** não deverá ser penalizada por desclassificação, visto que não foi possível identificá-la nas propostas apresentadas tanto no envelope nº1 quanto no envelope nº 3.

c) Da desclassificação da Licitante Filadélfia do lote nº 02 por apresentar em sua estratégia de mídia e não mídia os valores de custos internos e por ter numerado as tabelas, gráficos, planilhas e quadro resumo que compõem o ANEXO referente à Estratégia de Mídia e Não Mídia.

Alega a recorrente que a Filadélfia deveria ser desclassificada porque teria apresentado em sua proposta de mídia valores referentes a custos internos, diferentemente do recomendado pelo Edital.



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE
E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 02

Contudo, tal fato não é hábil a gerar a desclassificação da Recorrida.

Primeiramente, porque em se tratando de uma simulação, a inclusão deste custo na planilha em NADA interferiu no resultado final da licitação.

A esse respeito, é importante identificar o objetivo da simulação: A simulação visa justamente que a Subcomissão possa avaliar as qualidades e competências das concorrentes em elaborar uma estratégia de mídia e não mídia, que tenha nexos com as ideias apresentadas nos tópicos e textos anteriores (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação e Ideia Criativa) e que traga os melhores resultados para o Governo de Minas.

Dito isso, a existência de um valor irrisório sob a rubrica de custo interno não impediu a comissão de fazer a análise completa do plano de comunicação apresentado pela FILADÉLFIA, já que todas as informações necessárias foram devidamente registradas na estratégia de mídia e não mídia apresentada. A Subcomissão pôde verificar todos os valores que foram simulados, sabendo exatamente como seria a execução do plano de comunicação proposto caso a campanha da recorrente fosse, de fato, ser veiculada.

Até porque a SIMULAÇÃO é uma referência determinada no edital para que cada licitante elabore a sua proposta, utilizando a verba disponibilizada para realizar a melhor campanha publicitária possível para a Administração Pública, dentro de um valor limite previamente estipulado no briefing.

Em relação especificamente à matéria do Recurso da AZ3, a Simulação do Plano de Distribuição (Estratégia de Mídia e não Mídia) tinha uma previsão de gastos de R\$ 4.000.000,00 para serem utilizados pelas empresas licitantes. E, em NENHUMA DISPOSIÇÃO do edital existe a obrigação da utilização da totalidade desta verba disponibilizada. A planilha não é vinculativa, mas apenas um estudo de simulação de gastos daquele plano de comunicação criado para participação nesta concorrência.

Além disso, a inclusão de custo de criação apenas dificulta o papel da licitante impugnada, que por esse motivo, teve sua verba para a simulação da mídia limitada. Portanto, não há qualquer vantagem por parte da agência Filadélfia a inclusão dos custos de criação na planilha de produção, pelo contrário.

É de se precisar que foi analisada a coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado, bem como a pertinência, a otimização e a oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas, conforme prevê o anexo J do edital.



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE
E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 02

O ponto constante do Recurso, aliás, foi objeto de menção pela Subcomissão, que procedeu a análise dessa questão por ocasião do julgamento, a penalizando em 01 ponto. De todo modo, certo é que não se trata de causa para desclassificação, visto que o trabalho técnico e criativo foi devidamente executado.

Quanto ao fato da proponente ter numerado as páginas referentes às planilhas e gráficos essa Subcomissão não julgou relevância para desclassificação, visto que, de acordo com o Edital de Licitação de Modalidade Concorrência Pública nº 001/2019, nos itens 1.4.1 e 1.4.2, do Anexo I - Conteúdo da Proposta Técnica - Invólucro 1 e 2 - Plano de Comunicação Publicitária, as tabelas, gráficos e planilhas integrantes da Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos habitualmente utilizados nesses documentos e ser editadas em cores, sendo que suas laudas não fazem parte do limite estabelecido de 5 (cinco) laudas para este item.

E mesmo que houvesse no edital qualquer menção sobre a numeração dessas páginas, o objetivo da cláusula do edital é evitar identificação do envelope, sendo certo que a Comissão não compreendeu que tal ponto seria suficiente para identificar a proposta.

Por isso se não há alguma determinação no edital sobre a inserção ou não de número nas laudas que contém as planilhas, quadros e gráficos e, que mesmo se houvesse, não seria possível a identificação do Licitante, não há que se falar em desclassificação, por se tratar de uma questão simples de formatação, insuficiente para gerar nulidade.

d) Da desclassificação da Licitante Oro do lote nº 02 por ter utilizado nos envelopes 1 e 3 CDs/DVDs idênticos, mesma forma de aplicação da etiqueta e com o mesmo nome de fabricante e número de fabricação.

Assim como foi claramente defendido nos itens a e b deste documento, não há qualquer identificação nos DVDs apresentados pela licitante. A utilização de mais um DVD totalmente comum, com fundo branco, letra preta, sem qualquer menção ao concorrente não caracteriza qualquer irregularidade.

A associação feita no recurso não tem qualquer fundamento, sendo certo que se poderia imaginar isso por vários aspectos, como forma de redação ou estilo. A análise é absolutamente subjetiva e não tem qualquer amparo no edital.

Para além disso, é preciso frisar que a mecânica de avaliação se deu da seguinte maneira: Primeiro foram analisadas todas as propostas do envelope 01 e atribuídas suas respectivas notas, para depois, sem qualquer hipótese de revisão do trabalho realizado anteriormente, serem abertas as propostas do envelope 03. Ou seja, quando foram avaliados os materiais pertencentes ao envelope 03 todas as propostas do envelope 01 já estavam devidamente justificadas e avaliadas, desqualificando assim, o questionamento do



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE
E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 02

Requerente quanto a lisura do processo e a integridade dos membros pertencentes à Subcomissão Técnica de Licitação.

Posto isso, fica deliberado que a Licitante ORO não será penalizada por desclassificação, visto que não foi possível identificá-la nas propostas apresentadas tanto no envelope nº1 quanto no envelope nº 3.

e) Da desclassificação da Compet do lote nº 02 por ter de forma errônea constar no invólucro relativo ao Lote 02 – Educação, parte do lote01 relativo ao briefing institucional e vice-versa.

De início, é importante registrar que tal ponto não caracteriza hipótese de desclassificação, porquanto não identifica qualquer proposta ou viola qualquer cláusula do edital que seria passível de desclassificação.

Assentado esse ponto, certo é que referida questão não passou despercebida da Subcomissão Técnica, bastante simples leitura das razões para decidir adotadas por essa Subcomissão:

“JUSTIFICATIVA CAMPANHA B – LOTE 01

IDÉIA CRIATIVA

As peças apresentadas neste item sugerem duas campanhas distintas, sendo que apenas 03 (três) peças correspondem ao que está escrito na ideia criativa.

De acordo com o briefing são solicitadas 12 peças demonstrativas e o licitante apresentou, dentro do tema proposto na estratégia, apenas 03 peças. ”

Portanto, a questão apontada já foi objeto de valoração, pelo que não há o que se alterar na nota atribuída. Vale dizer que, nesse tocante, que a agência Compet foi duramente penalizada em suas notas ficando em último lugar na classificação geral com apenas 33,60 pontos em 70, ou seja, as folhas apontadas foram consideradas por ocasião do julgamento não constituindo assim motivo objetivo para desclassificação de licitante.

Por fim, o só fato da recorrente solicitar a desclassificação do candidato que apresentou a menor nota e ficou em último lugar no ranking geral do Lote 01 deixa clara a sua intenção de atrasar a conclusão da licitação para que o Governo do Estado mantenha a execução de seu contrato com o Estado de Minas Gerais.



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE
E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 02

g) Da revisão das notas concedidas em desacerto com as diretrizes do Briefing pela Licitante Perfil 252.

Para o item que visa a solicitação da revisão de notas da agência Perfil 252, a Requerente alega suposto erro na estratégia de mídia por ter indicado, conforme seu texto, “pouquíssimas rádios do interior e com corte para cidade acima de 100.000 habitantes, privando os moradores das cidades com menos de 100.000 habitantes de terem acesso à informação”.

Em face ao questionamento da recorrente, embora analisado por ocasião do julgamento, vale destacar o seguinte:

A agência Perfil 252 programou 111 rádios em 26 cidades polo do interior, num total de 4.440 inserções por um período de 19 dias, impactando assim 4,5 milhões de pessoas.

Além disso, o meio rádio não é o único a atingir o público alvo da campanha brifada no Edital, sendo que o Licitante apresentou a solução ao programar outros meios que cumprem perfeitamente o papel de informar toda população em nível estadual. Nesse ponto, é de se destacar que a programação apresentada pela agência Perfil 252 prestigia o meio TV Aberta, que, como cediço, apresenta cobertura de 99,93% da população do Estado em Minas Gerais alcançando 850 municípios.

No que diz respeito ao alegado erro na estratégia de jornais, tal ponto foi claramente observado pela Subcomissão, conforme se infere da justificativa:

“JUSTIFICATIVA CAMPANHA E – LOTE 02

ESTRATÉGIA DE MÍDIA

Os custos nominais de produção e de veiculação são compatíveis com os praticados no mercado. Entretanto, a licitante defendeu em seu planejamento o meio jornal para comunicar com o público formador de opinião (AB), mas propôs para a praça Belo Horizonte o título Super Notícias, veículo dirigido para as classes CDE. ”

Com efeito, a nota atribuída levou em consideração o ponto destacado, sendo certo que o julgamento se pautou nas balizas previstas no Anexo J, que cuida dos critérios de julgamento. Há clara fundamentação



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE
E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 02

correspondente a nota atribuída à licitante no quesito estratégia de mídia e não mídia, por isso, a alegação do Requerente é absolutamente improcedente.

Situação idêntica ocorre na alegação de que a Licitante Perfil não apresentou uma Estratégia de Comunicação clara. É exatamente o argumento que consta na justificativa apresentada pela Subcomissão:

“JUSTIFICATIVA CAMPANHA G – LOTE 02

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

O proponente mostrou o entendimento das questões apresentadas e destacou questões importantes para a estratégia de comunicação, como a necessidade de dialogar com os diversos públicos, sem perder a unidade da campanha.

No entanto, não ficou claro, nesse item, como engajaríamos os professores a aderirem à plataforma do workplace. Mesmo não corporificando a ideia por limitação imposta pelo o edital, e comissão, sentiu falta de um melhor detalhamento, como apresentado para os demais públicos. ”

Ou seja, em sua justificativa a Subcomissão Técnica de Licitação deixou claro que percebeu tal ponto. É exatamente por isso que a licitante teve suas notas penalizadas no quesito Estratégia de Comunicação Publicitária. Mais uma vez, conforme já tratado, a questão foi objeto de análise e julgamento, conforme consta na justificativa, pelo que o ponto já foi apreciado.

Alegou ainda a recorrente que a licitante Perfil 252 apresentou em sua planilha de custos de produção o valor referente a apenas 01 (uma) ação do projeto “Solta o Verbo”, sendo que, de acordo com o recurso ela deveria apresentar o valor de 10 (dez) ações.

Conforme se infere das Contrarrazões apresentadas a sugestão de ação do Projeto “Solta o Verbo” foi uma sugestão de peça além do limite das peças corporificadas na ideia criativa, conforme autorizado pelo edital. Nesse ponto, conforme esclarecimento de nº 2, publicado em 25/10/2019, a Comissão Especial de Licitação deixou claro que qualquer licitante poderia propor, para a Estratégia de Comunicação e Plano de Mídia e Não Mídia, outras peças além do limite de peças corporificadas na Ideia Criativa.



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE
E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 02

Com efeito, não há qualquer necessidade de alteração no julgamento do plano de mídia e não mídia, eis que a licitante propôs uma estratégia adequada e apresentou sugestão de mídia apropriada para a estratégia proposta.

Por fim, a Requerente, mais uma vez, volta na questão levantada para a solicitação de desclassificação da agência Perfil 252, alegando que a mesma descumpriu o edital por ter excedido o número de linhas por lauda.

A questão já foi tratada, não evidenciando a Subcomissão qualquer descumprimento do edital, eis que se utilizou do número de linhas máximo previsto no edital, em total isonomia com os demais concorrentes. Portanto, não há o que se rever nesse tocante.

h) Da revisão das notas concedidas em desacerto com as diretrizes do Briefing pela Licitante Tom Comunicação.

Mais uma vez, a recorrente pede a renovação de julgamento de questão avaliada pela Subcomissão Técnica. Foi a própria Subcomissão Técnica que assentou que o número de rádios era insatisfatório, bastando a simples leitura das razões do julgamento:

“JUSTIFICATIVA CAMPANHA F – LOTE 02

ESTRATÉGIA DE MÍDIA

Essa comissão julgadora entendeu como insatisfatória a estratégia de veicular inserções em rádios apenas nas cidades com número superior a 150 mil habitantes. ”

Ou seja, em sua justificativa a Subcomissão Técnica de Licitação deixa claro a ineficiência da estratégia e é exatamente por isso que a licitante teve suas notas penalizadas no quesito Estratégia de Mídia, nos termos do anexo J do Edital.

Além disso, a requerente alega que o licitante em seu texto utilizou o recurso de “recuo de parágrafo” o que supostamente é impedido pelo edital.

Em primeiro lugar isso não consta no anexo J do edital. Ainda que constasse, conforme já tratado no recurso, certo é que a licitante não teria qualquer vantagem na disputa, eis que utilizou o número de linhas máximo previsto no edital, se tratando meramente de equívoco formal.



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE
E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 02

Portanto, não há o que se revisar na nota atribuída à licitante Tom Comunicação, visto que todas as avaliações foram feitas e as devidas punições dadas de acordo com os parâmetros de cada requisito previsto nas planilhas de avaliação.

i) Da revisão das notas concedidas em desacerto com as diretrizes do Briefing pela Licitante Filadélfia Comunicação.

A alegação recursal, como todas as demais, se utiliza das justificativas dadas pela Subcomissão Técnica de Licitação como base para a fundamentação, deixando claro se tratar de reivindicações de pontos já discutidos, avaliados e apontados no processo de julgamento.

Primeiro a Requerente alega que “o licitante errou ao trocar o nome do programa de “gestão pela Aprendizagem” para “Educação Eficiente” e ao propor uma assinatura personalizada para a campanha em detrimento da assinatura já amplamente repertoriada do Governo do Estado de Minas Gerais”. Já a justificativa para a redução de ponto por parte dessa Subcomissão para esse item, foi:

“JUSTIFICATIVA CAMPANHA C – LOTE 02

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

No entanto, pelo julgo dessa comissão, o licitante errou ao alterar o nome do programa de “Gestão pela Aprendizagem” para “Educação Eficiente” e ao propor uma assinatura personalizada para a campanha em detrimento da assinatura já amplamente repertoriada do Governo de Minas que é “Governo Diferente. Estado Eficiente”

Outro ponto de questionamento apontado pela Requerente foi que na Ideia Criativa, a Licitante recorreu aos pontos que embasaram o programa “Jovens de Futuro”, do Instituto Unibanco e não às características específicas do programa “Gestão pela Aprendizagem”, comprometendo assim o conteúdo intelectual do exercício proposta. Já a justificativa para a redução de ponto por parte dessa Subcomissão para esse item, foi:



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE
E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 02

“JUSTIFICATIVA CAMPANHA C – LOTE 02

IDEIA CRIATIVA

Foi possível perceber, pelas informações contidas nas peças criativas, que o licitante se embasou muito no programa “Jovens de Futuro”, do Instituto Unibanco, e não nas ações específicas do programa “Gestão pela Aprendizagem”, descrito no briefing, comprometendo assim o conteúdo.

Para além disso, a ideia criativa não explicita de forma clara o que é o programa “Gestão pela Aprendizagem”, a forma que o governo vem desenvolvendo as parcerias com o setor privado e não sensibiliza o público sobre a importância de se investir em educação, como caminho para o desenvolvimento do estado.

Ou seja, tais pontos já foram objeto de deliberação pela Subcomissão, já havendo o devido apontamento da licitante.

Por fim, reitera a questão da numeração das planilhas referentes a gráficos, questão já tratada na presente resposta. Vale reiterar, conforme o Edital, as tabelas, gráficos e planilhas integrantes da Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos habitualmente utilizados nesses documentos e ser editadas em cores, sendo que suas laudas não fazem parte do limite estabelecido de 5 (cinco) laudas para este item.

I) Da revisão das notas concedidas para o Consórcio LF Mercado.

Mais uma vez, a licitante pretende a revisão do julgamento com base nas justificativas já colocadas pela Subcomissão por ocasião do julgamento. A questão do erro no nome do programa, da pouca atratividade das peças e o pouco conhecimento dos hábitos de consumo foram as questões tratadas pela Subcomissão, que já lhes retirou pontos por tais motivos, tanto que a agencia não se encontra bem colocada nessa fase da licitação.

Além disso, reitera mesmo ponto tratado com relação a licitante Perfil, de que teria se utilizado de espaçamento duplo.



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE
E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 02

Assim como a licitante Perfil, o Consórcio LF Mercado não extrapolou o número máximo de linhas previsto no edital, sendo certo que a utilização de espaço duplo não garante a licitante recorrida qualquer vantagem, sendo incontroverso que não há qualquer violação ao número de páginas e linhas, ou seja, o conteúdo foi transmitido dentro do limite imposto pelo edital.

Desta feita, a quantidade total de textos a serem utilizados foi a mesma para todos os licitantes, independentemente do espaçamento entre as linhas, pelo que analisando a proposta da licitante LF Mercado, verifica-se que ela não extrapolou os limites impostos pelo edital.

Portanto, a alegação não deve prosperar.

m) Da revisão das notas concedidas a Licitante Oro.

Novamente a recorrente parte da justificativa da Subcomissão para justificar sua irrisignação. A questão da ausência da assinatura do Governo foi apontada pela Subcomissão como falha na ideia criativa, realizando o devido cotejo entre a nota atribuída e as razões colocadas na justificativa.

As questões colocadas, mais uma vez, são exatamente as descritas na justificativa, tal como a questão da falta de alcance do meio TV.

Portanto, inexistindo questão nova, não há o que se alterar quanto a esse julgamento.

n) Da revisão das notas concedidas em desacerto com as diretrizes do Briefing pela Licitante Compet.

A recorrente alega que “as anotações feitas pela própria Subcomissão nas folhas da Campanha da licitante, não condizem, nem se amoldam com as notas concedidas, pois são incoerentes entre si”. A Subcomissão discorda desse apontamento, havendo devida correspondência entre os pontos destacados e os critérios descritos no Anexo J. Tanto é verdade, que a licitante impugnada obteve apenas 44,23 pontos dos 70 disponíveis, se encontrando em posição inferior a própria recorrente.

o) Da revisão das notas concedidas pela Subcomissão à Recorrente AZ3 Comunicação.

Nesse ponto, verifica-se que a licitante pretende todo um novo julgamento de sua proposta. Para tal finalidade, mais uma vez, se vale dos argumentos postos pela Subcomissão. O recurso administrativo, nessa fase, com todo respeito, não se presta a tal finalidade, não havendo a apresentação de qualquer argumento novo, de algo que não tenha sido percebido pela Subcomissão Técnica.



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE
E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 02

Assim sendo, e levando em consideração que a nota concedida se pautou nos critérios estabelecidos no edital, mais precisamente no anexo J, não há o que se alterar, não se prestando o recurso a explicar a proposta feita, sendo certo que a Subcomissão deve se pautar no que constou da proposta e não em novas explicações ora trazidas pela licitante.

Desta feita, havendo adequada justificativa por parte da Subcomissão e compatibilidade entre ela e a nota concedida, não há o que se alterar no julgamento realizado.

p) Da solicitação de diligência por parte da Comissão Especial de Licitação em todas as agências que participaram do Lote nº 02.

Ao final de seu recurso, a Requerente AZ3 solicita ainda a realização de diligências junto às licitantes do Lote 1, invocando “notórias e públicas distorções no corpo técnico e nas instalações das mesmas”.

De início, é de se registrar que já consta no edital os critérios para análise de qualificação técnica (clausula 6.2 do edital), não cabendo a Comissão de Licitação ampliar os critérios ali descritos, não havendo no edital qualquer previsão de diligência. Nesse ponto, vale frisar que o edital apenas determina a apresentação de estrutura e equipe técnica no prazo de 30 dias após a adjudicação do objeto, não havendo por que esse questionamento, nessa fase.

Todas as licitantes apresentaram seus cases e portfólios (que foram objeto de julgamento), demonstraram sua capacidade econômico financeira e apresentaram seus documentos de qualificação técnica, não havendo qualquer fundamento para desacreditar tais documentos, não havendo sequer fundamentação no recurso nesse sentido.

Portanto, não se verifica a necessidade de diligência, que no presente caso parece pretender unicamente protelar o procedimento em questão.

MEMBROS INTERNOS:

Andreza Gischewski Costa

Marcelle Melasso

Marta Emília Pinto Botelho

Ronaldo Moraes de Paiva Junior



GOVERNO DO ESTADO DE MINAS GERAIS
SECRETARIA GERAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE
E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 02

MEMBROS EXTERNOS:

Leandro Figueiredo Magalhães

Luciano Resende