

Secretaria da Comunicação Social



## JULGAMENTO DE RECURSO

**REFERÊNCIA:** CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2015 – SECOM/TO.

**OBJETO:** CONTRATAÇÃO DE 05 (CINCO) AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E DIVULGAÇÃO DOS PROGRAMAS, AÇÕES E CAMPANHAS INSTITUCIONAIS DO GOVERNO DO ESTADO DO TOCANTINS.

**RAZÕES:** RECONSIDERAÇÃO QUANTO ÀS NOTAS ATRIBUÍDAS, A DETERMINADOS QUESITOS, PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA, PEDINDO A REVISÃO DAS MESMAS E POSTERIOR CLASSIFICAÇÃO NO CERTAME.

**RECORRENTES:** AGE COMUNICAÇÃO LTDA.  
CANNES PUBLICIDADE LTDA.

### I – DO RECURSO E SEU CABIMENTO

Os Recursos interpostos pelas licitantes AGE COMUNICAÇÃO LTDA. e CANNES PUBLICIDADE LTDA., através de seus representantes legais, expressam a inconformidade das licitantes com as notas atribuídas, a determinados quesitos, pela Subcomissão Técnica, pedindo a revisão das mesmas e, posterior classificação no certame.

O direito de recorrer não é absoluto e conforma-se mediante o preenchimento de alguns requisitos, os quais são de natureza subjetiva e objetiva.

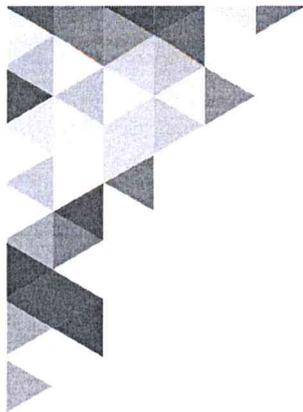
São requisitos de ordem objetiva para o exercício do direito de recorrer a existência de um ato administrativo de cunho decisório, a tempestividade, a forma escrita, a fundamentação e o pedido. Por sua vez, os requisitos subjetivos são a legitimidade e o interesse recursal.

O inciso I, do artigo 109, da Lei 8.666/93 estabelece as situações em que são cabíveis recursos. Vejamos:

“Art. 109. Dos atos da Administração decorrentes da aplicação desta Lei cabem:

I - recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

- a) habilitação ou inabilitação do licitante;
- b) julgamento das propostas;
- c) anulação ou revogação da licitação;
- d) indeferimento do pedido de inscrição em registro cadastral, sua alteração ou cancelamento;



- e) rescisão do contrato, a que se refere o inciso I do art. 78 desta lei;
- e) rescisão do contrato, a que se refere o inciso I do art. 79 desta Lei; (Redação dada pela Lei nº 8.883, de 1994).
- f) aplicação das penas de advertência, suspensão temporária ou de multa;
- II - representação, no prazo de 5 (cinco) dias úteis da intimação da decisão relacionada com o objeto da licitação ou do contrato, de que não caiba recurso hierárquico; (...)"

As situações presentes encontram-se claramente definidos nas alíneas "a" a "f" do art. 109 da Lei 8.666/93, visto que após decisão foi concedido o prazo de 05 (cinco) dias úteis e as licitantes apresentaram as peças recursais dentro do prazo, cabendo a Comissão Permanente de Licitação-SECOM/TO CONHECER os mesmos.

## II – DAS FORMALIDADES LEGAIS

Cumpridas as formalidades legais, registra-se que todas as licitantes foram cientificadas da existência e trâmite dos recursos de interpostos, conforme comprovam os documentos acostados ao processo de licitação retro identificado, e que foi aguardado o prazo de 05 (cinco) dias úteis para apresentação das contrarrazões.

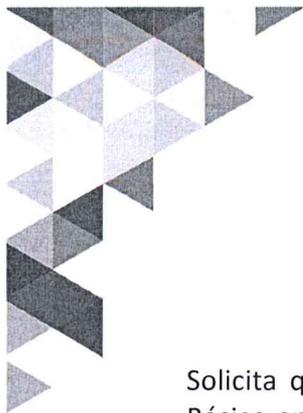
## III – DAS ALEGAÇÕES DAS RECORRENTES

### LICITANTE AGE COMUNICAÇÃO LTDA.:

A RECORRENTE alega inicialmente que no julgamento das propostas, por parte da Subcomissão Técnica, não foram observados os princípios da isonomia e objetividade na apreciação das propostas técnicas.

Alega também, que a Subcomissão Técnica deixou de considerar aspectos importantes nas propostas técnicas apresentadas pela licitante, descontando décimos em certos itens, o que culminou com o rebaixamento de sua nota técnica.

Pondera que no item Raciocínio Básico foi realizado um profundo estudo das relações do Governo do Estado do Tocantins com o público-alvo, quanto a qualidade da comunicação com os mesmos, bem como alega ter demonstrado o comprometimento com o atendimento das especificações do briefing, cita ainda, comentários dos membros da Subcomissão Técnica acerca do item apresentado pela licitante, os quais transcrevemos: "fez uma excelente contextualização do anunciante nos cenários político, social e econômico"; "citou corretamente a necessidade de trazer de volta o otimismo em um tempo de crise nacional e mundial"; "posicionou adequadamente o anunciante como protagonista do ambiente de parceria da política local do estado"; "destacou a capacidade do anunciante em promover o desenvolvimento e bem estar social, apesar das dificuldades enfrentadas no início da gestão".



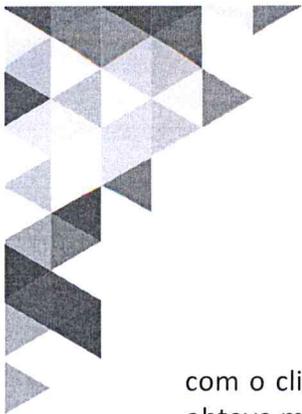
Solicita que seja feito um comparativo, seguindo subitem a subitem, entre o item Raciocínio Básico apresentado pela RECORRENTE e o apresentado pela licitante PROPAGANDA DESIGUAL, inconformada com o fato da licitante acima citada, ter tido maior pontuação nesse item. Transcreveu alguns comentários dos julgadores: “faltou mencionar os aspectos do ambiente político regional. Não mencionou os aspectos da relação do anunciante com o Governo Federal, um importante aspecto do contexto político”; Não se aprofundou ao falar sobre a relação do anunciante com o seu público”.

A RECORRENTE questionou ainda, a nota atribuída ao quesito Estratégia de Comunicação Publicitária alegando que, assim como a licitante GINGA RARA, também atenderam subitem a subitem conforme o edital, para tanto, fizeram constar na peça recursal alguns comentários dos membros da Subcomissão Técnica, quais sejam: “conceito é forte pelo seu apelo participativo”; “expôs adequadamente o conceito de sua campanha através de uma explanação consistente”; Exemplificou pelo menos três desdobramentos desejáveis à comunicação do anunciante: participação, reconstrução e união”; “demonstrou uma boa capacidade de articular conhecimentos sobre o anunciante, público e demais variáveis”.

Adiante, a RECORRENTE indaga quanto ao fato da licitante TV3 ter obtido a maior pontuação no quesito Ideia Criativa. Colacionou em seu recurso o comentário de um membro da Subcomissão Técnica acerca da pontuação atribuída à licitante TV3, o qual transcrevo: “a linguagem visual de algumas peças corporificadas carece de aprimoramento estético e equilíbrio de composição gráfica”. Em contrapartida a RECORRENTE transcreveu argumentos dos jurados da Subcomissão Técnica, referente à sua pontuação, quais sejam: “contribui para a desconstrução do mito de um criador único para o estado do Tocantins e atribui tal obra a todos os tocantinenses”; “contempla uma boa variedade de áreas de atuação do anunciante (social, infraestrutura, saúde...)”.

Em seguida, a RECORRENTE questiona os pontos atribuídos no quesito Estratégia de Mídia e Não-Mídia. Transcreveu o comentário de um dos jurados o qual diz: “distribuiu de forma coerente a verba de mídia, de acordo com os meios escolhidos”. Porém alega que seus itens foram julgados com nota 8,7, enquanto que a proposta da licitante TV3 alcançou 11,4 pontos. A RECORRENTE transcreveu na sua peça recursal os seguintes comentários dos julgadores quanto a avaliação das propostas da licitante TV3: “a licitante poderia ter se aprofundado mais ao descrever esses hábitos de consumo de comunicação dos públicos-alvo da campanha”; “a licitante foi superficial na descrição destes hábitos de consumo”; “a licitante poderia ter usado outros recursos próprios do anunciante”.

Adiante a RECORRENTE questiona o item Capacidade de Atendimento, uma vez que, segundo esta, das licitantes classificadas apenas uma tem, de fato, sede e história no Tocantins. Alega, para tanto, uma diferença de pontuação de 3,7 pontos entre a RECORRENTE e a licitante CASA BRASIL, o que segundo aquela, não se justifica, embasando sua alegação no seguinte comentário de um dos membros da Subcomissão Técnica: “não sugeriu rotina de comunicação

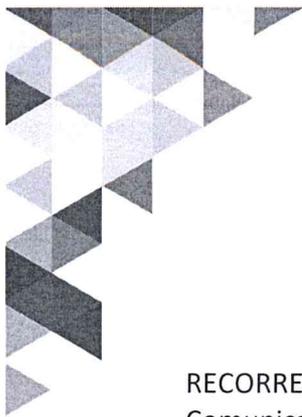


com o cliente”. No mesmo sentido pontua que a licitante DESIGUAL, licitante de outro estado, obteve melhor pontuação que a RECORRENTE, por não concordar, transcreveu outro comentário de um dos jurados em relação a licitante DESIGUAL: “não citou nome dos sistemas de gestão de fluxo de trabalho que utiliza. Não listou as principais atribuições do atendimento e não sugeriu uma rotina de comunicação com o cliente”. Neste mesmo passo, a RECORRENTE cita a licitante GINGA RARA, licitante de outro estado, transcrevendo o seguinte comentário dos membros da Subcomissão Técnica: “equipe extremamente reduzida”; “não sugeriu rotina de comunicação com o cliente”. Por fim, aduz que a licitante TV3, é a única que emprega mão de obra local, porém alega que a licitante TV3 tiveram comentários, por parte dos julgadores, que vão de encontro com as notas atribuídas e esta, quais sejam: “qualificação e experiência do profissional de estudo e planejamento não são compatíveis com a função”; “não explicou de forma adequada a sistemática de atendimento”.

A RECORRENTE alega no que diz respeito ao item Repertório, que foi prejudicada por não poder apresentar peças criadas para o Governo do Estado do Tocantins, em função das exigências do edital. Mesmo assim. Alega que apresentou peças criativas, com planejamento comprovado e qualidade técnica compatível, e mesmo assim obteve nota inferior às outras licitantes. Cita que a licitante CASA BRASIL, segundo comentários dos julgadores “faltou maior clareza na identificação do problema de comunicação” e “as peças gráficas sem muito impacto visual”. Na mesma linha, quanto à licitante GINGA RARA, transcreveu os seguintes comentários da Subcomissão Técnica: “erro de digitação de caracteres em peça de TV”; “nível criativo razoável”; “conceitos fracos”; “direção de arte inconsistente”. Ainda nesse sentido, traz comentários quanto a licitante TV3 ASSESSORIA, senão vejamos: “nível criativo baixo”; “acabamento ruim das peças de vídeo”; “direção de arte deficitária”.

Ao final, a RECORRENTE questiona a pontuação de 2,3 pontos inferior em relação as demais licitantes, recebida quanto ao item Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, por considerar que a sua proposta em nada fica a dever às propostas das outras licitantes. Para tanto, traz comentários dos julgadores quanto à licitante DESIGUAL: “não demonstrou a evolução do índice de aprovação das ações do anunciante no case 1”; “não apresentou números referentes à evolução dos resultados obtidos no case 2”, alegando que deveria ter atribuído nota 0 quanto a esse item a licitante DESIGUAL. Ainda acerca do tema, colacionou comentário da Subcomissão Técnica quanto a proposta da licitante GINGA RARA, que aqui descrevemos: “não demonstrou consistência nos resultados do case 2”.

Por fim requer: revisão das notas no quesito Raciocínio Básico, com acréscimo da nota da RECORRENTE em 1,4 ponto; revisão das notas no quesito Estratégia de Comunicação Publicitária, com acréscimo da nota da RECORRENTE em 0,3 ponto; revisão das notas no quesito Ideia Criativa, com acréscimo da nota da RECORRENTE em 2,0 pontos; revisão das notas no quesito Estratégia de Mídia e Não-Mídia, com acréscimo da nota da RECORRENTE em 2,0 pontos; revisão das notas no quesito Capacidade de Atendimento, com acréscimo da nota da RECORRENTE em 3,0 pontos; revisão das notas no quesito Repertório, com acréscimo da nota da



RECORRENTE em 1,4 ponto; revisão das notas no quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, com acréscimo da nota da RECORRENTE em 2,0 pontos; revisão, para baixo, das notas conferidas às licitantes DESIGUAL, GINGA RARA, CASA BRASIL E TV3 ASSESSORIA.

**DA LICITANTE CANNES PUBLICIDADE LTDA.:**

A RECORRENTE alega inicialmente sua discordância com as pontuações dadas pela Subcomissão Técnica, em todos os quesitos da proposta técnica.

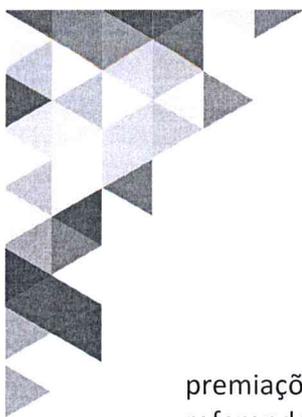
Pondera que no item Raciocínio Básico cuja pontuação máxima era 12,0 pontos, lhe foi atribuída nota 7,8 pontos, discordando da mesma, uma vez que, segundo a RECORRENTE, esta cumpriu com o solicitado no item, demonstrando conhecimento das funções e papel do anunciante; da natureza e extensão de sua relação com o público; sobre o objeto da licitação e sobre as necessidades de comunicação.

A RECORRENTE questionou ainda, a nota atribuída ao quesito Estratégia de Comunicação Publicitária alegando que lhe foi atribuída a nota de 24,5 pontos cuja pontuação máxima era 30 pontos. Discordam do julgamento pelo fato de terem cumprido com o solicitado no item, apresentando uma Estratégia de Comunicação Publicitária cujo conceito se adéqua ao problema de comunicação a ser resolvido, afirma ainda, que foi apresentado com consistência lógica e argumentação pertinente e com riqueza de desdobramentos positivos.

Adiante, a RECORRENTE questiona sua pontuação de 15,7 pontos no quesito Ideia Criativa sendo o máximo seria 20 pontos. Alega que não concorda com a pontuação dada pela Subcomissão Técnica pelo fato de ter apresentado rigorosamente o solicitado nesse quesito, que segundo a RECORRENTE, a Ideia Criativa trouxe peças que mostraram adequação à estratégia de comunicação e ao público-alvo, e que sugeriam multiplicidade de interpretações favoráveis. Afirma que eram originais, simples e exequíveis do ponto de vista técnico e estético.

Em seguida, a RECORRENTE questiona os pontos atribuídos no quesito Estratégia de Mídia e Não-Mídia, cuja pontuação máxima seria 12,0 pontos e esta foi pontuada com 7,4 pontos. Alega que não concorda com a referida pontuação que lhe foi atribuída pelo fato de ter mostrado profundo conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos-alvo e um plano simulado de distribuição de peças consistente e baseado em pesquisas. Salienta ainda, que foi a única agência a realizar um trabalho utilizando a ferramenta Comspoint. Alega também, que no plano de Mídia e Não-Mídia apresentado pela RECORRENTE foi demonstrado pertinência, economicidade, otimização de recursos e uma ampla integração dos diferentes tipos de mídia utilizados.

A RECORRENTE não concorda com a pontuação que lhe foi atribuída no item Repertório, pontuação esta de 5,2 pontos, para tanto alega que apresentou um rol de trabalhos feitos para grandes clientes, com qualidade técnica, criativa e estética consagradas em



premiações de publicidade, além de resultados em retorno para os anunciantes, todos eles referendados.

Ao final, a RECORRENTE questiona a pontuação 6,6 pontos, de um máximo de 8,0 pontos, recebida quanto ao item Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, alegando que mesmo apresentando cases consagrados para grandes e conhecidos clientes do mercado, com resultados aferidos e comprovados, teria recebido nota aquém.

Por fim requer: a reavaliação do seu Plano de Comunicação Publicitária; ajuste da nota no quesito Raciocínio Básico, para 11 pontos; ajuste da nota no quesito Estratégia de Comunicação Publicitária, para 28 pontos; ajuste da nota no quesito Ideia Criativa, para 19 pontos; ajuste da nota no quesito Estratégia de Mídia e Não-Mídia, para 11 pontos; ajuste da nota total do Plano de Comunicação para 69 pontos; ajuste da nota total no quesito Repertório, para 5,5 pontos; ajuste da nota total no quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, para 7,0 pontos; a classificação da RECORRENTE para continuar no certame, com nota total de 93,5 pontos.

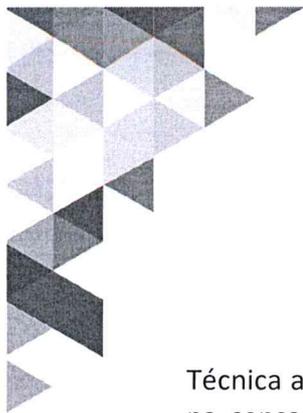
#### IV – DAS CONTRARRAZÕES

##### LICITANTE TV3 ASSESSORIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.:

A licitante alega inicialmente, nas contrarrazões do seu recurso oposto em face do recurso da licitante AGE COMUNICAÇÃO LTDA., que não deve ser alterada a pontuação obtida no certame.

A RECORRIDA explana que, em relação ao quesito Ideia Criativa, as alegações da RECORRENTE é pessoal, e que não possui embasamento técnico. Alega que, em nenhum momento sua campanha tira o bônus do Governo do Tocantins, ao contrário, apresenta sim uma diversidade de desdobramentos reforçando o trabalho do governo, transcreveu trechos dos comentários dos membros da Subcomissão Técnica acerca do tema em questão apresentado pela RECORRIDA: “a licitante apresentou uma campanha extremamente contextualizada com o universo cultural tocantinense”; “a licitante apresentou uma ideia criativa, original e diferenciada nesta proposta”; “o uso de elementos da cultura tocantinense foi extremamente positivo”. Quanto à ideia de relacionar a imagem do anunciante, transcreveu os seguintes comentários dos julgadores: “a licitante conseguiu demonstrar e relacionar em suas peças as várias atividades do anunciante e como elas interferem no bem estar do cidadão comum”; “as principais atividades do anunciante foram contempladas e corretamente abordadas por esta proposta (recuperação viária, educação, saúde, infraestrutura, trabalho, etc)”.

Em seguida, a RECORRIDA argumenta que a Estratégia de Comunicação apresentada argumenta sobre a necessidade de criar o sentimento de pertencimento, além de apresentar um relatório de quais frentes o governo trabalha, transcreveu alguns comentários da Subcomissão



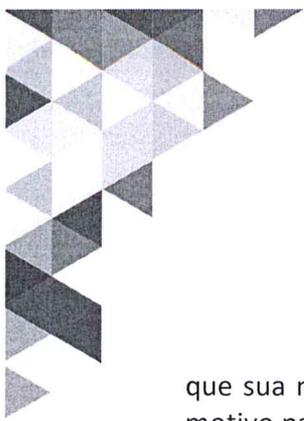
Técnica acerca do tema: “a licitante identificou acertadamente o papel das ações do anunciante na sensação de bem estar da população em geral”; “a licitante detalhou as atividades mais significativas do anunciante, em conformidade com o briefing proposto”; “a licitante apresentou uma ótima consistência em sua argumentação”; “o conceito apresentado permite vários desdobramentos positivos, todos citados e/ou exemplificados pela licitante”; dentre outros comentários. Transcreveu ainda comentários da Subcomissão Técnica acerca da RECORRENTE AGE COMUNICAÇÃO LTDA. quanto a esse quesito: “faltou clareza ao expor seu entendimento sobre a natureza do objeto da presente licitação”; “faltou evidenciar o seu entendimento sobre o desafio de comunicação do anunciante”; “não identificou claramente e não fez uma análise mais profunda deste problema/desafio”; “poderia ter dado maior ênfase à participação popular, na escolha das demandas municipais”.

Adiante, a RECORRIDA aduz sobre o quesito Estratégia de Mídia e Não-Mídia, para tanto transcreveu comentários dos membros da Subcomissão Técnica quando da análise das propostas da RECORRENTE AGE COMUNICAÇÃO LTDA.: “não demonstrou profundidade no conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo”; “a análise apresentada foi superficial e não considerou em sua plenitude, os hábitos de consumo da população”; “fez suas considerações baseadas em informações de origem duvidosa”.

Sobre este tópico ainda, a RECORRIDA alegou, que a mesma teve o cuidado de aproveitar diversos veículos e suas potencialidades para atingir um número maior de pessoas durante a campanha, investindo em mídias de massa e direcionadas, aproveitando inclusive a potencialidade de mídias sociais, e transcreveu alguns comentários da Subcomissão Técnica sobre este planejamento, os quais citamos: “a licitante fez uma boa relação entre esses hábitos e a escolha dos meios propostos”; “a licitante apresentou consistência na distribuição de valores simulados no planejamento”.

Ademais, a RECORRIDA pontuou, no quesito Capacidade de Atendimento, ser a única dentre as classificadas no certame que possui sede, história de trabalho no Tocantins e mão de obra local. Alega ainda que a RECORRENTE AGE COMUNICAÇÃO LTDA. recebeu considerações, por parte dos membros da Subcomissão Técnica, relacionadas à capacidade de atendimento, dentre as quais citamos: “a licitante não forneceu detalhes sobre suas instalações”; “a licitante apresentou relação modesta de equipamentos e materiais”; “os clientes apresentados estão na sua carteira há menos de 01 ano”. Alega ainda, que a RECORRENTE, acima citada, apresentou como o endereço da sua sede, local onde funciona uma empresa de informática, qual seja, MVM Informática.

Ao final a RECORRIDA alegou, referente ao quesito Repertório, que a Subcomissão Técnica teceu comentários à RECORRENTE AGE COMUNICAÇÃO LTDA. quanto a esse quesito, quais sejam: “peças de vídeo com deficiência na direção de cena e fotografia”; “peças gráficas com deficiência na direção de arte. Baixo impacto visual”; “não evidencia a presença de planejamento visual nas peças gráficas. Imagens mal trabalhadas”. A RECORRIDA ressalta ainda,



que sua nota foi inferior a da RECORRENTE AGE COMUNICAÇÃO LTDA., razão pela qual não há motivo para alteração da nota da RECORRENTE e nem da RECORRIDA TV3.

Por fim a licitante RECORRIDA requer que seja negado provimento ao recurso interposto pela licitante AGE COMUNICAÇÃO LTDA.

#### **LICITANTE PROPAGANDA DESIGUAL LTDA.:**

A RECORRIDA alega inicialmente, nas contrarrazões do seu recurso oposto em face do recurso da licitante AGE COMUNICAÇÃO LTDA. que, em relação ao quesito Raciocínio Básico, sua média final foi 1,7 ponto de um total possível de 2,0 pontos, enquanto a RECORRENTE teve a nota 1,9 ponto, razão pela qual não discorda das notas das demais licitantes, pois alega confiar nos julgamentos da Subcomissão Técnica.

Em seguida, a RECORRIDA argumenta que a RECORRENTE propôs, em recurso, que deve ser “melhor vista”, por ser esta do Estado do Tocantins, e que tem história no estado e que todo seu atendimento é voltado para o mesmo. Alegação esta, rebatida pela RECORRIDA que tal proposição, por parte da RECORRENTE, vai de encontro com as leis e os princípios da licitação.

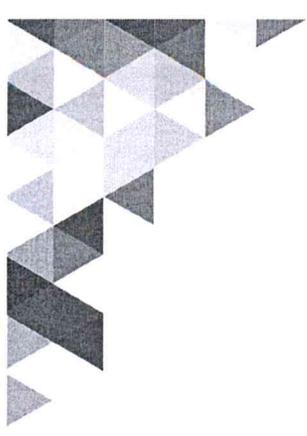
Adiante, a RECORRIDA aduz ser inaceitável que a RECORRENTE tente com o recurso interposto imputar a Subcomissão Técnica, suas falhas. Alega também, que as notas estão corretas e que a mesma não deve continuar no certame.

Ao final a RECORRIDA alegou, que os profissionais que compõe a Subcomissão Técnica tem notório conhecimento na área e foram escolhidos por meio de sessão pública, e em momento algum a RECORRENTE os impugnou, estando portanto, este direito precluso.

Por fim, a licitante RECORRIDA requer que seja julgado improcedente o recurso interposto pela licitante AGE COMUNICAÇÃO LTDA., em relação às questões levantadas em face da RECORRIDA, bem como para que sejam mantidas as avaliações das propostas técnicas da licitante RECORRENTE e da licitante RECORRIDA, e conseqüentemente, inalterado o resultado já publicado.

#### **LICITANTE CASA BRASIL COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.:**

A RECORRIDA alega inicialmente, nas contrarrazões do seu recurso oposto em face do recurso da licitante AGE COMUNICAÇÃO LTDA. que, em relação ao quesito Capacidade de Atendimento, a RECORRENTE alegou de forma vaga e infundada sobre a nota atribuída à RECORRIDA, pois observa-se que a proposta da RECORRIDA, foram atendidos todos os quesitos constantes no item 6.6 do Edital e que a Subcomissão Técnica atribuiu sua nota de forma coerente e justa, não podendo ser cogitada qualquer tipo de comparação, haja vista a individualidade e peculiaridade de cada cliente.



Em seguida, a RECORRIDA rebate a alegação da RECORRENTE quanto ao quesito Repertório, de que aquela não foi clara quanto à identificação do problema, e que suas peças gráficas não teriam muito impacto visual. Para tanto a licitante RECORRIDA alega, que atendeu a todos os itens do Edital, não devendo ser consideradas as alegações vagas e divorciadas de preceitos legais apresentadas pela RECORRENTE.

Ao final a RECORRIDA aduz, que não há que se falar em revisão de propostas já apreciadas pela Douta Comissão.

Por fim a licitante RECORRIDA requer o improvimento do recurso interposto pela licitante AGE COMUNICAÇÃO LTDA., para que seja mantida a decisão proferida pela Comissão de Licitação em relação ao julgamento da proposta técnica apresentada pela licitante RECORRIDA, mantendo sua classificação na 2ª colocação e sua pontuação total em 93,4 pontos.

#### **LICITANTE GINGA RARA PROPAGANDA LTDA.:**

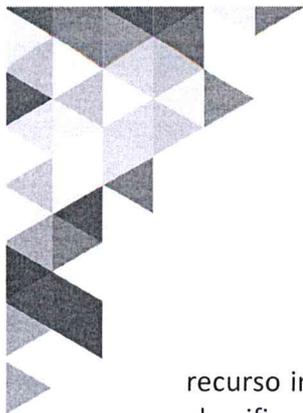
A RECORRIDA alega inicialmente, nas contrarrazões do seu recurso oposto em face do recurso da licitante AGE COMUNICAÇÃO LTDA. que, não houve infração ao princípio da isonomia, uma vez que o Edital foi divulgado amplamente a todos, e que todos os licitantes tiveram tratamento isonômico.

Em seguida, a RECORRIDA alega que os membros da Subcomissão Técnica são qualificados para avaliar as propostas das licitantes e que não há nenhuma irregularidade no julgamento das propostas, que atendeu todos os requisitos do edital e da Lei 12.232/10 e que a revisão das notas requerida pela RECORRENTE não tem nenhuma fundamentação.

Alega ainda, a RECORRIDA, que a Subcomissão Técnica pode reavaliar a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% da pontuação máxima do quesito, ocorre que a Subcomissão Técnica não divergiu em relação a pontuação da RECORRENTE, nem das demais, mantendo a paridade de 20% do quesito das propostas avaliadas.

Ao final a RECORRIDA aduz, que a Comissão Permanente de Licitação e nem a Autoridade Superior possuem competência para modificar as notas atribuídas a determinada proposta técnica como pretende a recorrente.

Por fim, a licitante RECORRIDA requer que a Subcomissão Técnica mantenha as notas de avaliação da RECORRENTE e da RECORRIDA, tendo em vista que as propostas técnicas foram julgadas, observando os quesitos e a pontuação objetiva estabelecida no edital e na Lei 12.232/2010, que seja mantida a avaliação da Subcomissão Técnica e negado provimento ao



recurso interposto pela licitante AGE COMUNICAÇÃO LTDA. e que sejam mantidas as notas e as classificações das licitantes.

**LICITANTE AGENCIA IDEIAS ESTRATÉGICAS LTDA.:**

A RECORRIDA alega inicialmente, nas contrarrazões do seu recurso oposto em face do recurso da licitante AGE COMUNICAÇÃO LTDA. que, a Subcomissão Técnica atribuiu pontuação às propostas apresentadas pela RECORRENTE com base em critérios objetivos, conforme previsto no edital, bem como na Lei 12.232/10.

Ao final a RECORRIDA aduz, que os argumentos da RECORRENTE de ter havido violação ao julgamento objetivo do certame, bem como ausência de isonomia no julgamento das propostas técnicas, não se sustentam, uma vez que examinando os documentos constantes nos autos fica evidenciado a forma transparente pela qual a Subcomissão Técnica distribuiu a pontuação entre as licitantes.

Por fim a licitante RECORRIDA requer que seja negado provimento ao recurso interposto pela licitante AGE COMUNICAÇÃO LTDA., para ser mantido o resultado a que chegou a Comissão Permanente de Licitação.

**LICITANTE AGENCIA IDEIAS ESTRATÉGICAS LTDA.:**

A RECORRIDA alega inicialmente, nas contrarrazões do seu recurso oposto em face do recurso da licitante CANNES PUBLICIDADE LTDA. que, a Subcomissão Técnica atribuiu pontuação às propostas apresentadas pela RECORRENTE com base em critérios objetivos, conforme previsto no edital, bem como na Lei 12.232/10.

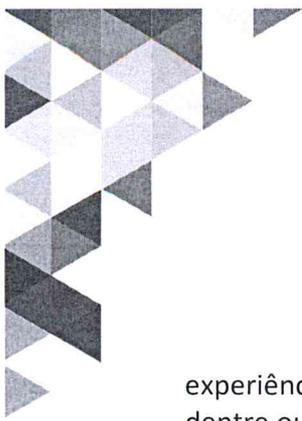
Ao final a RECORRIDA aduz, que a pretensão da RECORRENTE, em majorar sua pontuação, não merece prosperar, vez que examinando os documentos constantes nos autos evidenciam a coerência, acerto e transparência na pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica à mesma.

Por fim, a licitante RECORRIDA requer que seja negado provimento ao recurso interposto pela licitante CANNES PUBLICIDADE LTDA.

**V – DO POSICIONAMENTO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA ACERCA DOS RECURSOS INTERPOSTOS**

**LICITANTE CANNES PUBLICIDADE LTDA.:**

A Subcomissão Técnica analisou o recurso interposto pela licitante CANNES PUBLICIDADE LTDA. e, inicialmente destacou que a RECORRENTE foi uma das poucas licitantes a obter pontuação máxima no quesito Capacidade de Atendimento, fato atribuído à sua

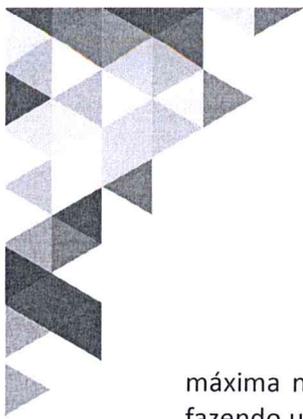


experiência de mercado, tradição de seus clientes, adequação de instalações, equipe e estrutura, dentre outros.

Adiante a Subcomissão relatou que foi identificado um erro grave na proposta da RECORRENTE, no que se refere à identificação do problema de comunicação, transcrevendo o seguinte trecho: “(...) Neste contexto, o principal problema de comunicação do Governo do Estado é mostrar à população que, apesar das dificuldades iniciais, o governo está se desdobrando pelo estado, planejando e trabalhando dobrado (...)”. A Subcomissão Técnica defendeu que o briefing é claro ao caracterizar o problema de comunicação do anunciante, destacando que RECORRENTE apresentou como “problema” o que na verdade seria a solução para o problema de comunicação do anunciante. Traduziu que problema identificado no briefing, é que a população desconhece a maioria das ações do anunciante, logo, a solução deste problema passa por “mostrar à população que, apesar das dificuldades iniciais, o governo está se desdobrando pelo estado, planejando e trabalhando dobrado...”. Sendo assim, a RECORRENTE se equivocou no entendimento do ponto central do briefing, o que acabou comprometendo toda a estratégia apresentada.

Diante dos argumentos apresentados pela RECORRENTE, a Subcomissão Técnica esclareceu que:

1. Sobre o raciocínio básico da licitante, a pontuação atribuída e o texto transcrito são compatíveis, analisando o subquesto 7.2.1.1, f, “Das necessidades de comunicação do anunciante para enfrentar esse (s) desafio (s) ou problema (s). Ou seja, para este quesito a licitante obteve nota máxima em função da qualidade em atender ao esperado em sua proposta. Destacamos que o item 7.2.1.1, c também teve nota próxima à máxima (1,9), sendo que a licitante deixou de mencionar no seu texto todos os números dos resultados obtidos pelo anunciante. Nos demais itens a Subcomissão Técnica identificou erros graves, como a falta de clareza na apresentação de informações, a falta de uma identificação adequada dos públicos, e o grave, o entendimento sobre a extensão e natureza do objeto licitado. Mesmo que a licitante domine o assunto, a explanação deixou a desejar em clareza, justificando a nota atribuída. Ademais, ao solicitar adequação da nota da Estratégia de Comunicação para 11 pontos e não para a nota máxima, a licitante concorda e reconhece que sua proposta contém falhas, confirmando o entendimento da Subcomissão Técnica.
2. Sobre a Estratégia de Comunicação Publicitária apresentada pela licitante, a Subcomissão Técnica concorda que a proposta contempla todos os quesitos e subquestos previstos no edital. Se assim não fosse, a licitante teria obtido nota zero, o que não ocorreu. Entretanto, a subcomissão esclarece que as notas foram atribuídas através da análise da consistência, pertinência e adequação da referida estratégia, riqueza, bem como na capacidade de articulação demonstrada na proposta, o que justifica a pontuação atribuída. Ademais, ao solicitar adequação da nota da Estratégia de Comunicação para 28 e não para a nota máxima, a licitante concorda e reconhece que sua proposta contém falhas, confirmando o entendimento da Subcomissão Técnica.
3. Com relação à ideia criativa, o simples ato de “apresentar a relação de todas as peças e ou materiais que julgar necessários para a execução da proposta” não garante a obtenção de nota



máxima nos quesitos e subquesitos. De fato, a recorrente apresentou todas as peças e materiais, fazendo uma boa defesa de suas funções e características. Entretanto, foram identificados problemas que contribuíram para que a proposta não fosse totalmente adequada ao enfrentamento do problema de comunicação citado no briefing, conforme argumentado por cada membro da Subcomissão Técnica. Mais uma vez, ao solicitar a mudança de sua nota neste quesito para uma nota abaixo a nota máxima (19), a licitante concorda que sua proposta apresenta erros e problemas.

4. No que se refere à estratégia de mídia e não mídia, a Subcomissão Técnica reconhece que as ferramentas utilizadas pela RECORRENTE são modernas e adequadas. Entretanto, a licitante não deixou claro em sua proposta o conhecimento sobre os hábitos de consumo da população tocantinense, público-alvo da campanha. Tal fato influenciou nas notas atribuídas aos subquesitos 7.2.1.4, a, b, e c. Os demais itens da estratégia de mídia e não-mídia da licitante foram avaliados com imparcialidade, sendo que os principais erros encontrados foram os seguintes: não justificou a quantidade de material produzido para distribuição, podendo incorrer em desperdício; não traçou um plano de distribuição destes materiais nem definiu responsabilidades em fazê-lo; utilizou poucos veículos em seu plano de mídia sem demonstrar razões técnicas para uma escolha tão limitada; não utilizou mídia segmentada e utilizou poucos recursos de comunicação do anunciante. A RECORRENTE solicita a alteração de sua nota para uma nota 1 ponto abaixo da nota máxima, reconhecendo assim, que sua proposta tem problemas que não a torna merecedora de uma pontuação melhor.

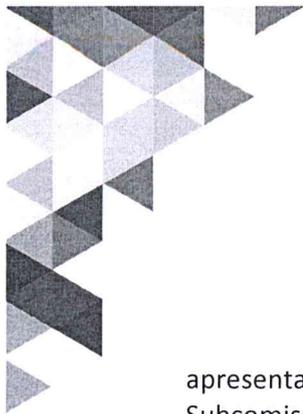
5. Sobre o Repertório e os Relatos de Solução dos Problemas de Comunicação apresentados pela licitante, destacamos que, de fato, a licitante apresentou soluções e peças criadas para clientes expressivos. Entretanto, a Subcomissão Técnica ressalta que a atribuição de notas seguiu aos critérios objetivos estabelecidos no edital, dos quais não fazem parte o porte dos clientes, nem a conquista de premiações em festivais ou concursos publicitários. Sobre as notas atribuídas, estas foram justificadas adequadamente e seus erros pontuados na ata de julgamento das propostas pela Subcomissão Técnica, sendo que a RECORRENTE não apresentou nenhum contra-argumento que pudesse desqualificar as justificativas apresentadas. A diferença de apenas 4 décimos de ponto entre a nota obtida e a nota pretendida pela licitante, aliado ao fato de que a licitante não solicita atribuição de nota máxima a este quesito, reforçam a pertinência e adequação do julgamento da Subcomissão Técnica.

Ao final, a Subcomissão Técnica recomenda à autoridade competente o indeferimento integral do recurso apresentado pela licitante CANNES PUBLICIDADE LTDA, bem como a manutenção da pontuação obtida por ela.

#### **LICITANTE AGE COMUNICAÇÃO LTDA.:**

Inicialmente a Subcomissão Técnica reitera que o edital da presente licitação é muito claro quanto aos critérios adotados no julgamento das propostas técnicas apresentadas pelas licitantes.

Em seguida, destaca que a licitante RECORRENTE obteve umas das maiores notas na Estratégia de Comunicação Publicitária, ficando honrosamente entre as 10 melhores propostas

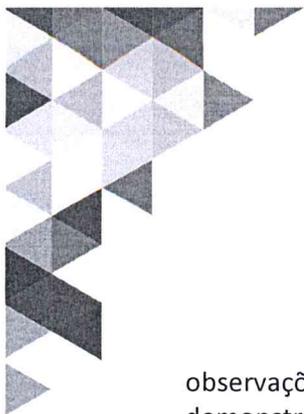


apresentadas. Entretanto, sua proposta conteve erros identificados e devidamente pontuados pela Subcomissão Técnica em sua avaliação.

Adiante, a Subcomissão Técnica evidencia que a nota atribuída a proposta da RECORRENTE, não necessita de uma reavaliação, pois fora realizada na mesma, uma análise cuidadosa, sendo obedecidos ainda, todos os critérios estabelecidos no edital da presente concorrência e na Lei 12.232/2010.

Acerca dos apontamentos levantados pela RECORRENTE a Subcomissão Técnica fez as seguintes considerações:

1. A isonomia do processo licitatório não foi, em momento algum, ferida ou agredida, visto que a proposta técnica fora julgada sem que fosse identificada sua autoria, impossibilitando dessa forma a aplicação de critérios diferenciado pra qualquer uma das licitantes.
2. O julgamento da proposta da RECORRENTE não foi feito de forma comparativa com proposta A ou B de outras licitantes, mas pelo seu nível técnico e grau de atendimento ao edital da presente licitação, bem como sua consonância com o briefing apresentado e demais critérios estabelecidos no edital.
3. O fato de a RECORRENTE ter questionado os critérios de avaliação utilizados apenas em outras propostas com notas superiores à sua demonstra que seu único objetivo é desqualificar a avaliação feita pela Subcomissão Técnica, para assim, obter uma vantagem classificatória, sem embasamento consistente para balizar seus argumentos.
4. O julgamento das propostas e as atribuições das notas foram feitas em conformidade com o edital, através de quesitos e subquesitos, e que, embora a licitante tenha obtido nota máxima, ou próxima disso, não significa que os demais subquesitos devam obrigatoriamente ser avaliados com a mesma nota.
5. A respeito do Raciocínio Básico da proposta da RECORRENTE, esta subcomissão atribuiu excelentes notas aos dois primeiros subquesitos avaliados (7.2.1.1, a e b), pois entendeu que a proposta atendeu ao esperado para tanto. Entretanto, nos demais subquesitos, foi identificado um grave erro, no sentido de que a proposta apresenta informações que não constam no briefing, quais sejam: Ampliação das ações para acelerar a implantação do Terminal Logístico de Cargas em Palmas-TO; O Parque Agroindustrial de Paraíso do Tocantins e de Gurupí; Programa de Desenvolvimento da Região Sudoeste – Prodoeste; Realização da Agrotins e Salão do Livro; Implantação do Ecoporto em Praia Norte. A proposta também não citou em nenhum momento o programa Pró-Município, exposto no briefing. Desta forma, tais informações não puderam ser confrontadas com o objeto guia para a elaboração das propostas (a saber, o briefing), justificando a nota atingida nos subquesitos 7.2.1.1, c, d e e.
6. Sobre a Estratégia de Mídia e Não-Mídia adotada pela RECORRENTE, de fato, foram os subquesitos que mais se distanciaram no atendimento ao briefing. Neste sentido, reafirmamos as



observações apresentadas na ata de julgamento das propostas, salientando que a licitante não demonstrou profundo conhecimento sobre os hábitos de consumo de comunicação do público-alvo, fundamentando a escolha dos meios e veículos de comunicação na característica dos meios. Desta maneira, a licitante assume um risco de fazer investimentos equivocados em meios ou veículos de pouca relevância no cotidiano do público-alvo, incorrendo em desperdício de recursos. Neste quesito, porém, do correto entendimento do primeiro subquesito (7.2.1.4, a) dependia o bom desempenho da licitante nos subquesitos subsequentes (7.2.1.4, a e b). A Subcomissão Técnica avaliou que a falha na exposição dos hábitos de consumo da população contribuiu significativamente para um desempenho tão baixo da RECORRENTE nos três subquesitos ora citados.

7. A Subcomissão Técnica ressalta que cada proposta foi avaliada dentro de seu contexto, e não de forma comparativa com outras licitantes, buscando-se a proposta de melhor aderência ao briefing, bem como a mais eficiente no enfrentamento do desafio de comunicação do anunciante. Dentro do contexto da proposta apresentada pela RECORRENTE, os erros identificados prejudicaram mais a efetividade geral da estratégia apresentada, segundo os critérios objetivos estabelecidos pelo edital.

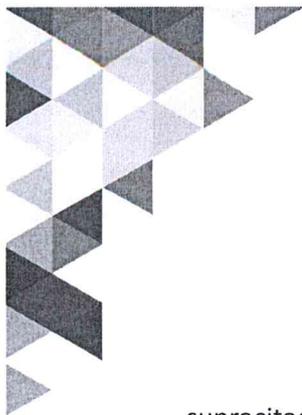
8. A Subcomissão Técnica entende que a publicidade é uma área do conhecimento fundamentada na pesquisa, no planejamento e nos resultados, onde o empirismo é colocado em um plano de menor destaque. Desta forma, o tempo de experiência de uma licitante no mercado tocantinense pouco importa se ela não conseguir demonstrar na proposta sua expertise e conhecimento.

9. Com relação aos questionamentos feitos sobre o conceito e ideia criativa de outras licitantes e de sua própria, a Subcomissão Técnica esclarece que as licitantes RECORRIDAS e a licitante RECORRENTE não tiveram a melhor avaliação e melhores notas, pois elas, em maior ou menor grau, apresentaram falhas e erros que justificaram suas notas, conforme sustentado na argumentação dos jurados.

10. Sobre o pedido de revisão da nota da RECORRENTE nos quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação, consideramos que a licitante não apresentou argumentos nem apontou fatos que pudessem levar a uma revisão dessas notas, obtidas através de critérios estritamente objetivos.

11. Sobre outro tema, destacamos que o edital desta licitação não define a sede da licitante como critério avaliativo das propostas técnicas, conforme possa sugerir a RECORRENTE. Sendo assim, pouco importa se uma licitante é de Palmas, de Goiânia ou de qualquer outra cidade, desde que ela cumpra com o que é exigido no edital, tenha portfólio compatível e conhecimento para elaborar a melhor proposta técnica.

Posteriormente, diante do apontamento feito pela RECORRENTE, a Subcomissão Técnica reconheceu, parcialmente, os argumentos apresentados pela RECORRENTE demonstrando estar ciente que houve falha durante a avaliação da proposta da licitante GINGA RARA PROPAGANDA LTDA., especialmente quando da atribuição da nota máxima (2,0 pontos), pelo primeiro membro, no subquesito 7.2.4 "c", a qual foi justificada e revisada para 1,4 pontos.



Em seguida, a Subcomissão detalhou que diante da alteração da nota do subquesto supracitado, a nota geral da licitante GINGA RARA PROPAGANDA LTDA., também sofreu alteração, e ao final da revisão anotou para mesma, a pontuação total de 92,8 pontos. Consequentemente, a Subcomissão Técnica constatou um empate técnico entre as pontuações atribuídas à licitante GINGA RARA PROPAGANDA LTDA. e à licitante AGÊNCIA IDEIAS ESTRATÉGICAS LTDA., que também obteve uma pontuação final de 92,8 pontos.

Mais adiante, a Subcomissão Técnica anotou que a proposta da licitante GINGA RARA PROPAGANDA LTDA., deverá ficar à frente da proposta da licitante AGÊNCIA IDEIAS ESTRATÉGICAS LTDA., pontuando que o item 7.5 do edital previu que no caso de empate, serão consideradas mais bem classificadas as propostas que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 7.2.1, 7.2.2, 7.2.3 e 7.2.4. Visto isto, constatou que a proposta da licitante GINGA RARA obteve a pontuação de 70,1, no quesito estabelecido no item 7.2.1 (Plano de Comunicação Publicitária), contra 67,2 pontos, atribuídos ao Plano de Comunicação da licitante IDEIAS ESTRATÉGICAS LTDA. (Juntos Somos Mais Fortes, Somos Mais Tocantins).

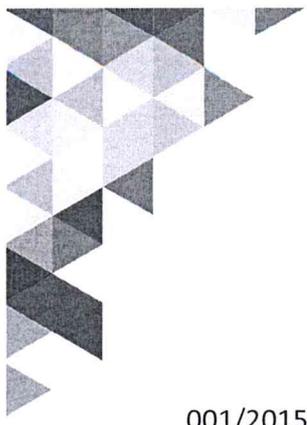
Ao final a Subcomissão Técnica, diante da alteração da nota técnica da licitante GINGA RARA PROPAGANDA LTDA., conclui que a classificação geral dentre as propostas classificadas ocorrerá da seguinte forma: 1ª – PROPAGANDA DESIGUAL LTDA., com 94,1 pontos; 2ª – CASA BRASIL COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA., com 93,4 pontos; 3ª – TV3 ASSESSORIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA., com 92,9 pontos; 4ª – GINGA RARA PROPAGANDA LTDA., com 92,8 pontos; 5ª AGÊNCIA IDEIAS ESTRATÉGICAS LTDA., com 92,8 pontos; 6ª – AGÊNCIA MULTIFACE PROPAGANDA LTDA., com 90,7 pontos; 7ª – NETIMÍDIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA., com 89,4 pontos; 8ª – IDEIA 3 COMUNICAÇÃO & EXPANSÃO DE NEGÓCIOS LTDA., com 85,6 pontos; 9ª – AGÊNCIA CLARA COMUNICAÇÃO LTDA., com 84,8 pontos; 10ª – AGE COMUNICAÇÃO LTDA., com 83,7 pontos; 11ª – PUBLIC PROPAGANDA E MARKETING LTDA., com 81,9 pontos.

Por fim, a Subcomissão Técnica decide pela manutenção das notas atribuídas a proposta da RECORRENTE, recomendando à autoridade competente acolher parcialmente os pedidos apresentados na peça recursal, tão somente quanto à revisão da nota da licitante GINGA RARA PROPAGANDA LTDA., no subquesto 7.2.4 “c”.

## VI – DA APRECIÇÃO DOS RECURSOS

A princípio destacamos a particularidade e complexidade envolvida acerca da análise e julgamento das propostas técnicas, nas licitações visando a contratação de serviços de publicidade. Enfatizamos a obrigatoriedade da análise e julgamento desta fase, por Subcomissão Técnica conforme preceitua o Art. 10 da Lei 12.232/2010.

“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.”



Destacamos também a exposição do item 4.3.1 do edital da Concorrência nº 001/2015, da Secretaria da Comunicação Social, transcrevemos:

“Item 4.3.1 - Além das demais atribuições previstas neste Edital, *cabará à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Permanente de Licitação.*”

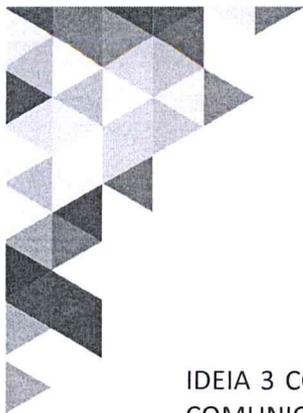
Quanto ao mérito, a Comissão Permanente de Licitação há de realçar que na análise e julgamento das propostas técnicas, pela Subcomissão Técnica, bem como no seu posicionamento nesta fase recursal, foram obedecidos todos os critérios técnicos estabelecidos pelo edital. Os comentários e justificativas esboçados pelos membros da Subcomissão Técnica refletem seu conhecimento técnico e experiência no mercado publicitário. A Subcomissão Técnica foi composta por profissionais com conhecimento acadêmico (científico) nas áreas de publicidade e jornalismo, portanto, capacitados para realizar a análise das propostas apresentadas.

Cumprido o disposto na Lei 12.232/2010, na composição da Subcomissão Técnica, bem como as condições editalícias, entendemos que resta somente à Comissão Permanente de Licitação, neste julgamento de recursos, acatar o posicionamento da Subcomissão Técnica. O papel de analisar e julgar as propostas técnicas é exclusivamente da Subcomissão Técnica, haja vista a competência a ela atribuída à luz dos critérios estabelecidos pelo edital e na legislação vigente.

## VII – DA DECISÃO

Diante dos argumentos aqui expostos, sem nada mais a evocar, esta Comissão Permanente de Licitação **CONHECE** dos Recursos Interpostos pelas licitantes CANNES PUBLICIDADE LTDA. e AGE COMUNICAÇÃO LTDA. para, no mérito, **NEGAR PROVIMENTO** ao recurso da licitante CANNES PUBLICIDADE LTDA., a fim de considerar a manutenção de sua nota técnica e sua DESCLASSIFICAÇÃO no certame e, **ACOLHER PARCIALMENTE** o recurso interposto pela licitante AGE COMUNICAÇÃO LTDA., exclusivamente quanto ao pedido de revisão da nota da licitante GINGA RARA PROPAGANDA LTDA., no subquesto 7.2.4 “c”. Ademais, **RATIFICAR** a manutenção da nota técnica da licitante AGE COMUNICAÇÃO LTDA., bem sua ordem de classificação no certame.

Por fim, **PROCLAMAR** a classificação geral das propostas classificadas na fase técnica, quais sejam: 1ª – PROPAGANDA DESIGUAL LTDA., com 94,1 pontos; 2ª – CASA BRASIL COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA., com 93,4 pontos; 3ª – TV3 ASSESSORIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA., com 92,9 pontos; 4ª – GINGA RARA PROPAGANDA LTDA., com 92,8 pontos; 5ª AGÊNCIA IDEIAS ESTRATÉGICAS LTDA., com 92,8 pontos; 6ª – AGÊNCIA MULTIFACE PROPAGANDA LTDA., com 90,7 pontos; 7ª – NETMÍDIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA., com 89,4 pontos; 8ª –



Secretaria da Comunicação Social



IDEIA 3 COMUNICAÇÃO & EXPANSÃO DE NEGÓCIOS LTDA., com 85,6 pontos; 9ª – AGÊNCIA CLARA COMUNICAÇÃO LTDA., com 84,8 pontos; 10ª – AGE COMUNICAÇÃO LTDA., com 83,7 pontos; 11ª – PUBLIC PROPAGANDA E MARKETING LTDA., com 81,9 pontos.

Encaminha-se os autos à consideração e decisão da autoridade superior da Secretaria da Comunicação Social do Estado do Tocantins, na forma de lei.

Comissão Permanente de Licitação – SECOM/TO, aos 14 dias do mês de dezembro do ano de 2015.

  
**Mônica Costa Santos**  
Presidente da CPL

  
**Cláudio da Silva Souza**  
Membro

  
**Regislene de Melo Lima**  
Membro