

PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL

CONCORRÊNCIA PÚBLICA - MODALIDADE TIPO TÉCNICA E PREÇO

PROCESSO Nº 2636/2019-16

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

RELATÓRIO

Aos 24 (vinte e quatro) dias do mês de setembro do ano de dois mil e dezenove, às 11:00hs, na Sala de Reunião da Comissão de Licitações da PMN, localizada na Rua Santo Antônio, 665, Cidade Alta, Natal/RN, a Subcomissão Técnica, convocada pela CPL – Comissão Permanente de Licitação, dentro do prazo previsto no edital do certame, recebeu os Recursos Administrativos e as Contra Razões apresentadas pelas concorrentes.

Antes de discorrermos sobre o pleito das concorrentes cabe ressaltar o seguinte: esta subcomissão técnica, durante todo o certame, sempre pautou suas atitudes pela obediência aos critérios e aos princípios jurídicos da impessoalidade, moralidade, razoabilidade, proporcionalidade e eficiência, efetuando a análise e o julgamento de forma técnica das propostas de acordo com os critérios estabelecidos no edital do certame e lançando mão de argumentos exclusivamente técnicos, alertando aos participantes que observem o que reza o edital e a lei quanto à justificativa das notas, pois as mesmas podem ser efetuadas de forma sucinta, que foi a metodologia utilizada.

Com relação aos relatos de algumas concorrentes, sobre a eficiência dos membros da Subcomissão Técnica, basta aos mesmos analisarem ou buscarem dentro dos seus conhecimentos aguçados o histórico de atuação dos membros da subcomissão nos últimos dez anos, em órgãos e locais onde atuaram, e quais as funções desempenhadas atreladas ao mercado publicitário do Rio Grande do Norte, fato que por si só, já credencia os mesmos a desempenharem as atividades ora atribuídas. Feito este esclarecimento, passaremos a analisar os Recursos e Contra Razões apresentadas.



RECEBIDO
EM
AS 30/09/2019
Handwritten signature



RECURSOS ADMINISTRATIVOS:

Armação Propaganda

1) Em seu recurso a mesma faz um relato de toda sua proposta, com argumentação e justificativas em defesa da mesma, a matéria em comento entendemos que não carece de nova análise, pois sua proposta já foi analisada de forma minuciosa e criteriosa, como exige o certame, por isso esta Subcomissão Técnica, resolve não dar provimento ao recurso apresentado pela concorrente, mantendo o entendimento exposto no relatório anterior, solicitando a Comissão Permanente de Licitação – CPL, a DESCLASSIFICAÇÃO da mesma por ter descumprido o que reza o edital do Certame, Item 13.4, III.

Criola Propaganda, solicita a desclassificação das concorrentes DOIS A PROPAGANDA E MARCA PROPAGANDA;

- 1) Quanto ao uso incorreto de fonte diferente daquela estabelecida no edital pela agência DOIS A PROPAGANDA, esta subcomissão técnica tem a relatar que reanalisando a proposta apócrifa em seu texto principal, ou seja no contexto da proposta em si, não visualizamos uso incorreto de tipografia, no entanto ao observarmos a numeração da página verifica-se que existe uma diferenciação de tipologia, entre a utilizada no corpo da proposta e a numeração de páginas. Como tal procedimento trata-se de erro formal, que no nosso entendimento não causou nenhum tipo de identificação, mantemos o entendimento anterior quanto às notas e o resultado, não dando provimento ao recurso. A mesma linha de raciocínio a subcomissão técnica segue em relação ao relatado pela reclamante contra a agência Marca Propaganda.
- 2) Com relação ao descumprimento do prazo de campanha pelas agências Dois A Publicidade e Marca Propaganda, temos a relatar o seguinte; no caso da Dois A, foi constatado por esta subcomissão que está transcrito na descrição das fls. 55 e 57 o período relatado pela reclamante, no entanto, ao analisar todo o material, ações de mídia e não mídia, não consta nenhuma ação de não mídia com calendário específico que caracterize que as ações serão realizadas após o período estabelecido. Em relação à Marca Propaganda o relatado pela reclamante já foi constatado por esta subcomissão no relatório anteriormente emitido constante as fls. 15, com documentação anexa, ao



final do relatório, cópias dos PIs emitidos pela concorrente com datas definidas para o desenvolvimento e realização das ações. Desta forma por já termos emitidos as notas de ambas as concorrentes com critério de diminuição das notas mantemos o nosso entendimento anterior, não dando provimento ao recurso.

- 3) Sobre a alegação de incoerência na avaliação das notas da reclamante quanto ao quesito capacidade de atendimento, a subcomissão mantém o entendimento e as notas emitidas anteriormente, que estão expostas no relatório final emitido por esta subcomissão, pois entendemos que não é o quantitativo de profissionais que faz a diferença, mas sim a qualificação, a experiência, pois o quantitativo não é um fator preponderante, que por si só, não credencia ou descredencia uma empresa para prestar os serviços objeto do presente certame e, sim, do conjunto de experiências de um grupo, do uso de tecnologias modernas e de inteligência coletiva. Assim, a Subcomissão Técnica não acata os termos do recurso apresentado pela recorrente.
- 4) Quanto a solicitação da recorrente em relação a uma retificação das notas e consequentemente diminuição da média das agências Dois A Propaganda e Marca Propaganda pelos erros apontados pela recorrente quanto ao prazo de realização da simulação de campanha e utilização da verba, temos a informar que em ambos os casos já foram emitidas as notas levando-se em consideração tal fator, face os mesmos já terem sido visualizados em análise pretérita por esta subcomissão, mantendo-se o nosso entendimento anterior, não dando provimento ao recurso.

Dois A Propaganda LTDA

- 1) Quanto à alegação da concorrente sobre a utilização de Gráficos e tabelas pela Agência RAF PROPAGANDA, informamos que tal procedimento não proporcionou à agência nenhuma vantagem em relação às demais concorrentes, mantendo o nosso entendimento anterior, quanto às notas e o resultado não dando provimento ao recurso.
- 2) Com relação ao uso de termos grafados em itálico pela agência RAF PROPAGANDA, foi constatado por esta subcomissão que nas páginas 13, 14 e 15 da proposta apócrifa, no corpo do texto, existem palavras com uso de itálico, contrariando o que determina os itens 8.1.1 e 9.3 do edital do



certame, devendo de acordo com o reza os itens do edital acima especificado a mesma ser DESCLASSIFICADA.

- 3) Sobre a utilização de termos grafados pela agência MARCA PROPAGANDA, não identificamos a diferença de tipologia em sua proposta, pois a reclamante não apontou o local onde estaria cometido o erro, mantendo o nosso entendimento anterior, quanto às notas e o resultado não dando provimento ao recurso.
- 4) Sobre as alegações da reclamante em relação aos erros cometidos pela agência ARMAÇÃO PROPAGANDA, os mesmos já foram relatados por esta Subcomissão Técnica em seu relatório anteriormente emitido, contido às fls.01 e 19 em relação ao Raciocínio Básico, da mesma forma para o quesito Ideia Criativa, fls. 20 do relatório desta Subcomissão Técnica. Para o quesito ideia criativa, não foi atribuída nota para o citado quesito, como edital item 13.4, III, é claro nesta situação que caso alguma concorrente tenha obtido nota zero em algum quesito ou subquesito a mesma deve ser DESCLASSIFICADA.

Marca Propaganda, em relação ao solicitado pela concorrente, esta subcomissão técnica mantém a avaliação de que a concorrente teve o entendimento apenas parcial do briefing, alertando a concorrente que o relatório anteriormente emitido foi de forma sucinta, conforme permite o edital do certame.

- 1) Quanto ao pleito do equilíbrio da nota previsto no item 11.10 do edital, informamos que a concorrente deve observar que o mesmo versa sobre a maior e menor nota entre os membros da subcomissão em qualquer quesito do certame e não entre as concorrentes, como o mesmo fez entender em seu pleito.
- 2) Desta forma, a subcomissão técnica resolveu não dar provimento ao pedido de revisão e correção das notas da requerente, mantendo a avaliação anteriormente proferida, que baseou-se no princípio do equilíbrio, rigor, lisura e transparência do certame licitatório.



Faz Propaganda

- 1) Sobre a questão da pontuação, a Subcomissão Técnica mantém a avaliação anteriormente realizada, por todos os entendimentos ali exarados, não acatando os termos do recurso apresentado pela recorrente.
- 2) Com relação ao uso de termos grafados em itálico pela agência RAF PROPAGANDA, foi constatado por esta subcomissão que nas páginas 13, 14 e 15 da proposta apócrifa, no corpo do texto (...), contrariando o que determina os itens 8.1.1 e 9.3 do edital do certame, devendo de acordo com o reza o edital a mesma ser DESCLASSIFICADA.
- 3) O edital no item 9.2 que versa sobre o plano de comunicação transcreve que o mesmo estaria composto da seguinte forma, Raciocínio Básico (04 laudas), Estratégia de Comunicação (06 laudas), Ideia Criativa (02 laudas), Estratégia de Mídia e Não Mídia (03 laudas), perfazendo um total de 15 (quinze laudas), corroborando com o item 9.3 do edital, desta forma as páginas a partir da 16 são compreendidas por esta subcomissão técnica como anexo, estando amparadas pelo que determina os itens 9.2.4.1 e 9.2.4.2, não procedendo a reclamação da FAZ PROPAGANDA. A mesma linha de raciocínio adotamos para os questionamentos feitos pela concorrente com relação à agência EXECUTIVA PROPAGANDA, não dando provimento ao recurso.
- 4) Sobre o questionamento da apresentação de peças na Ideia Criativa, usando como parâmetro o esclarecimento solicitado pela agência DOIS A PROPAGANDA, quanto à utilização de peças em Backbus e outdoor, a qual foi respondido que poderia ser utilizado, a subcomissão técnica entende que esta liberação não foi e não constitui-se em fator limitante, por isso esta subcomissão entende não haver razão ou motivos para revisão de notas ou perda de pontos, não dando provimento ao recurso.
- 5) Em relação aos questionamentos sobre a BASE PROPAGANDA, esta subcomissão entende que a apresentação das peças por parte da mesma cumpriu o que determina o item 9.4 do edital vigente, que normatiza que: as peças e material apresentado devem estar de acordo com o formato compatível e suas características, não causando prejuízo às demais participantes do certame. A mesma linha de raciocínio adotamos em relação

aos questionamentos contra a EXECUTIVA PROPAGANDA, CRIOLA PROPAGANDA e ART & C COMUNICAÇÃO, não dando provimento ao recurso.

- 6) Quando ao pedido da concorrente no que concerne ao item 8.2 do edital, cabe à Comissão Permanente de Licitação-CPL/PMN se pronunciar quanto ao pleito, baseado no solicitado pela concorrente e de acordo com as constatações da Subcomissão Técnica.
- 7) Em relação à revisão de notas, esta comissão entende não ter sido contrariado o que determina o item 9.4 do presente edital, portanto não havendo nenhum tipo de infringência para que ocorra a revisão da nota atribuída, não dando provimento ao recurso.

CONTRA RAZÕES

RAF PROPAGANDA

Sobre as alegações da mesma em suas contra razões com relação à utilização de fonte tipográfica diferente em sua proposta, e que na análise anterior esta subcomissão não teria visualizado nem relatado em seu relatório, informamos que não visualizamos em análise pretérita, mas reanalisando a proposta da concorrente concluímos que realmente a agência utilizou de fonte tipográfica diferente no corpo do texto nas páginas 13, 14 e 15 com palavras com uso de itálico na proposta apócrifa que compõe o plano de comunicação publicitária, descumprindo o que determina o edital do certame vigente, itens 8.1.1 e 9.3, devendo a mesma ser DESCLASSIFICADA, este é o entendimento desta subcomissão técnica, **no entanto face ao exposto pela concorrente de cunho jurídico em suas contra razões, solicitamos que o presente documento relativo a agencia RAF PROPAGANDA seja encaminhado a Assessoria Jurídica para pronunciamento exclusivo sobre o caso em tela.**

DOIS A PUBLICIDADE

Em suas contra razões, a mesma alega que houve um erro de digitação, ou seja, um erro formal. Analisando sua proposta e conseqüentemente suas ações de mídia e não mídia, observamos que suas ações de mídia iniciam-se apenas em 26/10/2019 com término previsto para 05/01/2020, e em suas ações de não mídia constam prazos sempre de 90 dias, no entanto a descrição das páginas 55 e 57 constituem-se de datas que ao

somarmos ultrapassaria o prazo estabelecido no edital, o que caracteriza ou induz que houve um erro de digitação, pois utilizando de experiências anteriores em diversos locais onde são desenvolvidas campanhas publicitárias ou ações de marketing, a mídia começa sempre antes do não mídia. No caso em tela, estaria o inverso pois estariam as ações de não mídia começando praticamente 20 vinte dias antes da mídia, no que ao nosso entender deixa claro que houve um erro de digitação.

Com relação à questão da numeração das páginas, seguimos a mesma linha de raciocínio de que houve um erro formal, pois no primeiro momento de análise da via não identificada não observamos tal fato, de tão irrelevante que é, fato que por si só já deixa claro, a nosso ver, que não causou qualquer motivo para identificação da proposta. Desta forma esta comissão acata os argumentos apresentados pela concorrente mantendo o resultado anterior no que concerne a análise técnica, dando provimento, às contra razões apresentadas.

ART & C COMUNICAÇÃO E MARKETING, BASE PROPAGANDA, CRIOLA PROPAGANDA e EXECUTIVA PROPAGANDA.

Em relação às contra razões apresentadas pelas agências acima citadas, esta comissão adotou como medida fazer uma resposta em conjunto por entendermos que versam sobre o mesmo assunto, por terem comprovado em seus relatos que não ocorreu transgressão ou descumprimento ao Edital, sendo este o entendimento da subcomissão técnica, mantendo se o resultado anteriormente emitido em relatório, sem alteração das notas das concorrentes.

Desta forma esta comissão acata os argumentos apresentados pelas concorrentes mantendo o resultado anterior no que concerne a análise técnica, dando provimento às contra razões apresentadas.

Natal, 30 de Setembro de 2019.

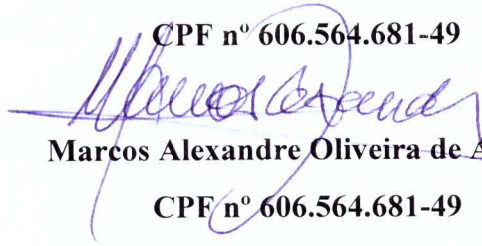
Francisco Canindé Claudino

CPF nº 403.788.614-68



Alexandre Ferreira Mulatinho

CPF nº 606.564.681-49



Marcos Alexandre Oliveira de Araújo

CPF nº 606.564.681-49

