



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DO RIO GRANDE DO SUL**

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2014
Ata de Avaliação dos Recursos**

Aos 30 (trinta) dias do mês de junho do ano de 2014 (dois mil e quatorze), às 09:00hs (nove horas), dando continuidade à reunião anterior, realizada em 04 e 11 de junho próximo passado, na sede do CAU/RS, reuniu-se a Subcomissão Técnica instituída especialmente para julgamento técnico do certame epigrafado, para fins de proceder apreciação das razões técnicas dos recursos interpostos.

Procedida a leitura das peças recursais e das impugnações, passou-se a avaliação das ponderações, nos seguintes termos:

- (1) O julgamento das propostas técnicas foi realizado nos estritos termos do edital de licitações, com atribuição de notas para os quesitos, conforme a escala objetivamente estabelecida de PÉSSIMO (de 0 a 20%) – RUIM (de 21% a 40%) – REGULAR (de 41% a 60%) – BOM (de 61% a 80%) – MUITO BOM (de 81% a 90%) – ÓTIMO (de 91% a 100%), incluindo as justificativas pertinentes as razões de desclassificação sumária da licitante STRAUSS COMUNICAÇÃO LTDA.,
- (2) A Subcomissão repudia veementemente a suspeição de um de seus membros, suscitada pela empresa JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., em face da suposta amizade íntima com o sócio-diretor da empresa E21, embasada em perfis de rede social, porque não se pode classificar de amigo íntimo um perfil acrescido no *Facebook*, sendo normal que as pessoas do mercado se conheçam, sem contudo significar que esta relação profissional seja amizade íntima capaz de impedir a participação na subcomissão. Ademais, além das avaliações terem sido realizadas às cegas, como é obrigatório pela Lei nº12.232/2010, não houve qualquer impugnação da licitante ao nome de nenhum dos integrantes da subcomissão no momento legalmente adequado para tanto, o que denota tratar-se a acusação infundada de mero expediente com objetivo desesperado de anular o julgamento, mantendo alguma chance da empresa vir a ser classificada.
- (3) A discrepância nas notas atribuídas aos mesmos trabalhos apresentados na licitação do ano anterior, especialmente nos itens portfólio e cases, da recorrente JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., advém do fato que de que a composição da subcomissão técnica é integralmente diversa da subcomissão do ano anterior, e que a avaliação deste tipo de trabalho contém em sua essência um grau de subjetividade, sendo comum, por exemplo, uma mesma peça publicitária ser premiada em um evento e não ser premiada em



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DO RIO GRANDE DO SUL

outro da mesma natureza. Assim, foi atribuído conceito ruim(02) ao portfólio, pelas soluções não se destacarem pela criatividade, e péssimo (01) aos cases, na medida em que ambos são divulgações de ações pontuais que requerem pouco pensamento estratégico, com soluções apresentadas abaixo da média do mercado e das concorrentes.

- (4) Agência de Notícias RADIOWEB, apresentada pela licitante E21 AGÊNCIA DE MULTICOMUNICAÇÃO LTDA., como estratégia de mídia, impugnada pela recorrente JS MAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., é considerada mídia, pois difunde informações para diversos veículos de comunicação e não necessariamente direto para a audiência. Ademais, relativamente à apresentação de orçamento para 90(noventa) minutos, quando o tempo previsto na estratégia de mídia é de apenas 60(sessenta) segundos, suscitado pela recorrente PÚBLICA COMUNICAÇÃO LTDA., esclarece a recorrida em sua impugnação, de forma plausível, porque respaldada pela RADIOWEB, não haver tempo exato para produção de matérias, variando ente 01(um) e 02(dois) minutos, sendo que o valor por inserção não apresenta quaisquer variações monetárias, ou seja, ao veicular 90(noventa) segundos e pagar o equivalente à 60(sessenta) segundos pode ser considerada uma estratégia de mídia competente.
- (5) Relativamente ao imputado desrespeito aos valores da tabela de preços praticada pelo fornecedor LZ, para exibição de cartazes impressos em papel, com subprovisionamento de aproximadamente 25% (vinte e cinco por cento), na proposta da empresa PUBLICA COMUNICAÇÃO LTDA., suscitado pela recorrente com intuito de manter-se artificialmente dentro da verba disponível no edital, apontado pela recorrente JS MAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., importa acatar a tabela apresentada pela recorrida, com validade entre 08/04/2013 e 04/05/2014, porque estava vigente na data de abertura das propostas, conforme declaração firmada pelo diretor da empresa LZ.
- (6) A pretensa identificação indireta do invólucro nº01, pela empresa PUBLICA COMUNICAÇÃO LTDA., em ferimento a Lei nº12.232/2010, também levantada pela recorrente JS MAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., em face dos “*outdoors apenas molduras*” apresentados na licitação do ano anterior e que, por sua originalidade eram capazes de identificar a empresa, não ocorreu porque a composição da subcomissão técnica é integralmente diversa da subcomissão do ano anterior.
- (7) No que pertine ao descompasso entre os 06(seis) meses orçados para os itens fotos para anúncios, VT 30(trinta) segundos e Spot 30(trinta) segundos, enquanto o plano de mídia e não mídia da licitante E21 AGÊNCIA DE MULTICOMUNICAÇÃO LTDA. considera apenas 03(três) meses, em ferimento às regras do edital, pela inconsistência entre quantidades, inserções e custos,



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DO RIO GRANDE DO SUL

em prejuízo da economicidade, levantado pela concorrente PÚBLICA COMUNICAÇÃO LTDA., a subcomissão entende que não houve descumprimento do edital, na medida em que as quantidades orçadas não extrapolam o valor total da verba disponível, devendo ser paga a quantidade utilizada pró-rata. Além disso, é comum no mercado agências solicitarem prazo maior para uso de imagens em caso da veiculação ser estendida, ou seja, pode ser entendido como uma estratégia de negociação junto ao fornecedor.

- (8) Também relativamente ao orçamento de 10(dez) lonas de banca de chaveiros, apresentado no resumo geral de investimento pela licitante E21 AGÊNCIA DE MULTICOMUNICAÇÃO LTDA., quando paradoxalmente apresenta 30(trinta) no resumo de mídia out-of-home, e colagem de lonas bi-mensal, o que demanda aumento da verba estimada pelo aumento do custo de produção, igualmente suscitado pela recorrente PÚBLICA COMUNICAÇÃO LTDA., entende a subcomissão que não houve descumprimento das regras editalícias, pois as lonas foram reaproveitadas dentro de um curto período de 3(três) meses, sendo que as responsabilidades por eventuais danos cabem ao fornecedor, conforme esclarecido pelo próprio, e não ao CAU/RS.
- (9) Quanto aos valores de outdoors, simples e duplos, apresentados pela licitante E21 AGÊNCIA DE MULTICOMUNICAÇÃO LTDA., que segundo a recorrente PÚBLICA COMUNICAÇÃO LTDA., não conferem com os valores de tabela, a subcomissão entende que o valor apresentado na tabela inicialmente será o praticado pela agência, visto que está dentro da verba licitatória. Eventuais equívocos na transposição de valores de tabela, deverão ser arcados pela agência.
- (10) A falta de contabilização do cachê do locutor por merchandising em rádio, no plano de mídia da E21 AGÊNCIA DE MULTICOMUNICAÇÃO LTDA., arguida pela licitante PÚBLICA COMUNICAÇÃO LTDA., não ocorre porque, conforme relato do veículo, textos ao vivo de 1(um) minuto não possuem valor de cachê à parte, ou seja, o valor total é o que consta na tabela de preços vigente.
- (11) A denúncia formulada também PÚBLICA COMUNICAÇÃO LTDA., de que a proposta técnica da licitante E21 AGÊNCIA DE MULTICOMUNICAÇÃO LTDA., nos envelopes 01 e 03, teria ultrapassado o limite de 25(vinte e cinco) linhas, previsto no edital e reforçado nas respostas aos questionamentos formuladas pelo CAU/RS, pela falta de contabilização dos espaços em branco, não procede, pois elas não caracterizam conteúdo.
- (12) Quanto aos defeitos da proposta da licitante ESCALA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA., arguidos pela recorrente PÚBLICA COMUNICAÇÃO LTDA., no sentido de (a) apresentação antecipada da proposta comercial, (b) apresentação de valores abaixo da tabela para o comercial de 30(trinta)



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DO RIO GRANDE DO SUL**

segundos no programa Pânico, (c) cálculo a menor do anúncio no jornal Correio, e (d) proposta desrespeitando as 25(vinte e cinco linhas do edital), entende a subcomissão:

- (a) que não existe identificação acerca dos percentuais designados na tabela, razão pela qual foram desconsiderados para efeito de avaliação;
- (b) caso existam eventuais equívocos na transposição de valores de tabela, deverão ser arcados pela agência;
- (c) caso existam eventuais equívocos na transposição de valores de tabela, deverão ser arcados pela agência;
- (d) a falta de contabilização dos espaços em branco, não procede, pois elas não caracterizam conteúdo.

Nada mais havendo a tratar, foi encerrada a sessão e lavrada a presente ata que vai assinada pelos presentes.

**Alessandro Souza de Souza
MEMBRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

**Silvia Orsi Koch
MEMBRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

**Maria Thereza Klein
MEMBRO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA**