



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

EDITAL DE CONCORRÊNCIA N.º 001/2019
PROCESSO ADMINISTRATIVO N.º 86477200/2019

ATA DE REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA – RESPOSTA AOS
RECURSOS INTERPOSTOS PELA LICITANTE
ARTCOM COMUNICAÇÃO E DESIGN LTDA.

I. INTRODUÇÃO

Trata-se da análise de recurso interposto pela concorrente ARTCOM COMUNICAÇÃO E DESIGN LTDA, a qual denota irrisignação da recorrente quanto aos “Planos de Comunicação” apresentados por diversos Proponentes, no bojo da Concorrência Pública nº 001/2019 promovida pela Superintendência Estadual de Comunicação Social – SECOM, bem como sua pretensão de modificar os resultados do referido certame.

O recurso é tempestivo e preenche os demais pressupostos de admissibilidade, razão pela qual foi processado e avaliado pela Subcomissão Técnica, à qual foi oportunizado o exercício do eventual juízo de retratação, tendo ao final proferido a decisão abaixo especificada, a ser encaminhada para autoridade superior para análise.

Vale ressaltar que o procedimento licitatório foi estruturado e desenvolvido em estrita observância às cláusulas editalícias e à legislação que rege a matéria, e que tais dispositivos nortearam a apreciação e julgamento desta Comissão na apreciação do recurso ora respondido.

Feita essa introdução, passamos à análise efetiva da peça de irrisignação.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

II. DOS PEDIDOS DA ARTCOM COMUNICAÇÃO E DESIGN LTDA

Questão 1: Desclassificação das propostas das concorrentes MP PUBLICIDADE LTDA, Z515 PROPAGANDA, FILADÉLFIA COMUNICAÇÃO INTERATIVA EIRELI, A4 PROPAGANDA E MARKETING LTDA, AMPLA SERVIÇOS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA (LOTE 1) e MP PUBLICIDADE LTDA, BCA PROPAGANDA LTDA, CRIATIVA PROPAGANDA LTDA, Z515 PROPAGANDA, DANZA ESTRATÉGIA E COMUNICAÇÃO LTDA e AMPLA SERVIÇOS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA (LOTE 2) por suposta infringência ao Edital, notadamente em relação à apresentação de tabelas de custos de produção fora do “Plano de Comunicação Publicitária” e a não inclusão de honorários de produção na discriminação dos custos totais da campanha.

III. RESPOSTAS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA AO RECURSO

Questão 1:

- **Desclassificação das propostas das concorrentes MP PUBLICIDADE LTDA, Z515 PROPAGANDA, FILADÉLFIA COMUNICAÇÃO INTERATIVA EIRELI, A4 PROPAGANDA E MARKETING LTDA, AMPLA SERVIÇOS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA (LOTE 1) e MP PUBLICIDADE LTDA, BCA PROPAGANDA LTDA, CRIATIVA PROPAGANDA LTDA, Z515 PROPAGANDA, DANZA ESTRATÉGIA E COMUNICAÇÃO LTDA e AMPLA SERVIÇOS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA (LOTE 2) por suposta infringência ao Edital, notadamente em relação à apresentação de tabelas de custos de produção fora do “Plano de Comunicação Publicitária” e a não inclusão de honorários de produção na discriminação dos custos totais da campanha.**



**GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

A Subcomissão Técnica, em perfeita sintonia com o que estabelece o Edital, procedeu nova verificação dos itens do “Plano de Comunicação”, conforme tabela de checagem de itens constante no Anexo III do referido edital, verificando a existência de conformidade da documentação trazida pelos concorrentes dos lotes 01 e 02.

Na peça recursal, a Recorrente alega, em síntese, que as concorrentes MP PUBLICIDADE LTDA, Z515 PROPAGANDA, FILADÉLFIA COMUNICAÇÃO INTERATIVA EIRELI, A4 PROPAGANDA E MARKETING LTDA, AMPLA SERVIÇOS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA (LOTE 1) e MP PUBLICIDADE LTDA, BCA PROPAGANDA LTDA, CRIATIVA PROPAGANDA LTDA e AMPLA SERVIÇOS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA (LOTE 2) teriam obtido vantagem indevida em decorrência da suposta infringências das normas do Edital, mormente no que se refere à apresentação dos custos de produção fora do Plano de Comunicação, obtendo assim “com mais espaço para a defesa, embasamento teórico e apresentação de desdobramentos das campanhas sugeridas, itens que são muito importantes na avaliação e, logo, na composição das notas finais”.

Na mesma peça, a Recorrente também alega, em síntese, que as concorrentes Z515 PROPAGANDA (LOTE 1) e BCA PROPAGANDA LTDA, CRIATIVA PROPAGANDA LTDA, Z515 PROPAGANDA e DANZA ESTRATÉGIA E COMUNICAÇÃO LTDA (LOTE 2) teriam descumprido o Edital ao não incluírem honorários de produção na discriminação dos custos totais da campanha, fato que também teriam incorrido em vantagem indevida, supostamente afetando “diretamente a avaliação e, logo, a composição das notas finais”.

Compulsando os Planos de Comunicação apresentados pelos concorrentes mencionadas na peça recursal, a Subcomissão não vislumbrou a infringência das regras (e limitações) previstas no item 7.12 do Edital, bem como a inoportunidade de qualquer registro capaz de interferir na avaliação e julgamento



**GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

do quesito “Estratégia de Mídia e Não Mídia”, previsto no item 7.14, alínea d, da qual transcrevemos abaixo.

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

Neste ponto, a Subcomissão vislumbrou que todas as concorrentes atenderam aos ditames legais, incluindo a apresentação dos custos de produção no texto de até 13 laudas dos respectivos Cadernos, sendo que, em alguns casos, de forma resumida, mas ainda assim sendo possível a contextualização da utilização dos recursos disponíveis para as campanhas sugeridas – que vem a ser um dos pontos de interesse na avaliação do quesito.

Na peça recursal, a Recorrente cita o teor do documento “Esclarecimentos – Parte 4”, em que a Superintendência Estadual de Comunicação Social (SECOM) responde à Pergunta 66, que versa sobre a descrição da “Estratégia de Mídia”, dentre outros aspectos relativos ao Plano de Comunicação:

PERGUNTA 66:

No item 7.12.d) estabelece o limite de 13 laudas para o Plano de Comunicação Publicitária, com exceção das peças da Ideia Criativa. Sendo assim, perguntamos: as 13 laudas incluem Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, texto explicativo da Ideia Criativa e a Estratégia de Mídia? As planilhas da Estratégia de Mídia também?

RESPOSTA: a resposta foi dividida em 2 tópicos para fins de maior clareza.

a) as 13 laudas incluem Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, texto explicativo da Ideia Criativa e a Estratégia de Mídia?

Sim. Conforme disposto na alínea “a” do item 7.12, “os textos, no total, não poderão exceder a 13 (treze) laudas com no máximo 30 (trinta) linhas cada uma”, devendo ainda ser observada a forma de apresentação constante no edital para cada quesito.

b) as planilhas da Estratégia de Mídia também?



**GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

O item 7.17.1 do edital determina apenas que as “tabelas de simulação do plano de distribuição das peças” serão consideradas como anexo único. O plano de distribuição percentual da verba deve ser parte do texto que apresenta as estratégias de mídia e não-mídia.

Considerando o teor da alínea b da resposta é possível depreender que o plano de distribuição deve ser parte do texto, porém, não há que se falar em obrigatoriedade do detalhamento total das informações, tendo em vista a possibilidade de trazer a composição dos custos na parte anexo ao texto. Vale salientar que a empresa Recorrente fez o uso do espaço do texto do Plano de Comunicação para trazer uma tabela com a decomposição desses custos, mesmo sem ter a obrigação de fazê-lo. Contudo, isso não implica que os demais concorrentes deveriam fazer o mesmo, uma vez que não havia qualquer previsão editalícia ou sequer pronunciamento superveniente da SECOM em torno disso.

Em relação à alegação da Recorrente de que as concorrentes Z515 PROPAGANDA (LOTE 1) e BCA PROPAGANDA LTDA, CRIATIVA PROPAGANDA LTDA, Z515 PROPAGANDA e DANZA ESTRATÉGIA E COMUNICAÇÃO LTDA (LOTE 2) não incluíram os honorários de produção e/ou não discriminar os elementos dos custos totais da campanha, novamente não se assiste razão, uma vez que todos os proponentes apresentaram, mesmo que de forma bastante simplificada, as informações no bojo do texto e/ou anexos dos respectivos Cadernos.

Ainda sobre o questionamento em torno dos honorários, o Edital do certame estabelece que os honorários devem ser incluídos no custo de produção, devendo ser lançados os valores cheios – aspectos que foram devidamente esclarecidos pela SECOM na resposta aos questionamentos de número 50, 65 e 93. Assim sendo, não há que se falar na omissão da prestação dessas informações, bem como em eventual obtenção de vantagem indevida pelos concorrentes da empresa Recorrente.



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA


IV. CONCLUSÃO


Pelas razões acima expostas, decide-se por **NEGAR PROVIMENTO** ao recurso apresentado pela recorrente ARTCOM COMUNICAÇÃO E DESIGN LTDA, mantendo as notas já atribuídas aos concorrentes MP PUBLICIDADE LTDA, Z515 PROPAGANDA, FILADÉLFIA COMUNICAÇÃO INTERATIVA EIRELI, A4 PROPAGANDA E MARKETING LTDA, AMPLA SERVIÇOS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA (LOTE 1) e MP PUBLICIDADE LTDA, BCA PROPAGANDA LTDA, CRIATIVA PROPAGANDA LTDA, Z515 PROPAGANDA, DANZA ESTRATÉGIA E COMUNICAÇÃO LTDA e AMPLA SERVIÇOS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA (LOTE 2).


Por oportuno, é submetido o presente parecer da Subcomissão Técnica à Sra. Superintendente Estadual de Comunicação Social, nos termos do art. 109, da Lei nº 8.666/1993, a fim de que possa proceder ao julgamento dos referidos recursos.

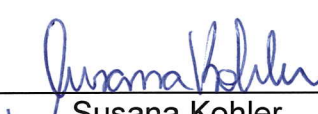
Vitória, 01 de junho de 2021.


Alessandro de Mello Gomes
Membro


Nerter Samora Junior
Membro


Ravane De Nadai Tamanini
Membro


Sandra Dalton
Membro


Susana Kohler
Membro



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

À CAEL/SECOM,

Nos termos do art. 109, § 4º da Lei nº 8.666/1993, conheço o presente recurso interposto pela Empresa ARTCOM COMUNICAÇÃO E DESIGN LTDA, assim como as impugnações apresentadas e resposta da Subcomissão Técnica, para no mérito ratificar o posicionamento quanto ao **INDEFERIMENTO** do recurso da licitante.

Em, 01 de junho de 2021.

Flávia Regina Dallapicola Teixeira Mignoni
Superintendente Estadual de Comunicação Social