CARTA CONVITE Nº 03/2014

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 14.09.029 – ADM

OBJETO: Contratação de agência publicitária para a prestação de serviços de publicidade, destinados à realização de campanha em homenagem ao "Dia do Arquiteto e Urbanista", comemorado em 15 de dezembro, conforme especificações referentes aos serviços, contidas no Anexo I – "Briefing para campanha referente ao Dia do Arquiteto e Urbanista 2014".

TIPO DA LICITAÇÃO: Técnica e Preço

RECURSO AO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

Do recurso e impugnações (contrarrazões)

A empresa Mercatto Comunicação, em 04 de Novembro de 2014, apresentou razões recursais em desfavor das empresas Soul Propaganda e Genius Publicidade, estas três licitantes concorrentes e classificadas após o Julgamento das Propostas Técnicas concernentes à licitação Convite CAU/MT N° 03/2014.

A Recorrente (Mercatto Comunicação) assim discorre em seu recurso:

> *No que tange às Recorridas, GENIUS PUBLICIDADE e SOUL PROPAGANDA, temos que as mesmas não cumpriram o quanto previsto no item 10.3 do Edital, o qual prevê que a via identificada de Plano de Comunicação (Envelope 3) deve ser representada por uma cópia idêntica da via não identificada, o que definitivamente não ocorreu.*

A Recorrente ainda cita defesas dos parlamentares pela aprovação da Lei 12.232/2010, jurisprudência sobre desclassificação de licitante por descumprimento do instrumento convocatório e doutrina exposta por notáveis juristas; buscando enfatizar que as Recorridas apresentaram conteúdos diferentes nos envelopes n°2 e n°3, configurando descumprimento do instrumento convocatório e possibilidade de identificação da proposta contida no envelope nº 2; o que atentaria contra os mecanismos estabelecidos na Lei 12.232/2010 para evitar a identificação do proponente do envelope n°2 antes da abertura do envelope n°3.

Por fim, a empresa Mercatto Comunicação propõe, enquanto medida alternativa à desclassificação das Recorridas, a revisão e redução das pontuações atribuídas às propostas técnicas das duas empresas.

As empresas Recorridas, após notificadas, apresentaram impugnação (contrarrazões), na data de 11 de Novembro de 2014, frente ao recurso da Recorrente, em via de sustentar a permanência entre as empresas classificadas após o Julgamento das Propostas Técnicas da licitação em tela.

Do exame do recurso e impugnações

A Lei 12.232/2010, artigo 6º, dispõe:

> *(...)*
> *XII - será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;*
> *XIII - será vedada a aposição ao invólucro destinado às informações de que trata o art. 8º desta Lei, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;*
> *XIV - será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos incisos XII e XIII deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório.*

O § 2o do art. 9º, dispõe:

> *§ 2º A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.*

O item 10.3 do Edital do Convite CAU/MT N° 03/2014, dispõe:

> *10.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da LICITANTE, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.*

Quanto à empresa Soul Propaganda

Em seu recurso a empresa Mercatto Comunicação ressalta:

> *A Recorrente também insurge, data vênia, contra a decisão da Subcomissão Técnica de não desclassificar a agência SOUL PROPAGANDA, por se identificar quando apresentou envelope identificado, diferente do não identificado.*

Em suas contrarrazões a empresa Soul Propaganda sustenta:

> *A SOUL Propaganda não violou nenhuma regra do edital, conforme já entendido no julgamento das propostas.(...)*
>
> *(...) Conforme solicitado pelo edital, no item 10.3, a SOUL Propaganda apresentou, dentro do Envelope 3, seu caderno com cópia idêntica da Proposta Técnica Não Identificada, com o mesmo conteúdo e teor, o que serviu exatamente ao propósito deste envelope: comparar e identificar de qual empresa era qual Plano de Comunicação Não Identificado até então.*

O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, contido no envelope nº 2, que após o cotejo com o envelope nº 3, soube-se da autoria da empresa Soul Propaganda, contém, exatamente: 1 lauda avulsa em papel sulfite tamanho A4; 2 laudas avulsas em papel sulfite tamanho A3; 33 laudas encadernadas, com espiral preto à esquerda na posição retrato, em papel sulfite tamanho A4 (30 laudas numeradas; 2 laudas em branco de capa e contracapa; 1 lauda de segunda capa com título, não numerada). Todas as laudas foram examinadas e rubricadas por uma comissão de três pessoas entre os representantes das concorrentes e sob a vista de todos os presentes na sessão.

O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, contido no envelope nº 3, de autoria da empresa Soul Propaganda, contém, exatamente: 1 lauda avulsa em papel sulfite tamanho A4, 3 laudas avulsas em papel sulfite tamanho A3, 32 laudas encadernadas, com espiral preto à esquerda na posição retrato, em papel sulfite tamanho A4 (30 laudas numeradas; 1 lauda de capa com título e logotipo da empresa, não numerada; 1 lauda de contracapa com assinatura de responsável). Todas as laudas foram examinadas e rubricadas por uma comissão de três pessoas entre os representantes das concorrentes e sob a vista de todos os presentes na sessão.

Assim, as diferenças entre os envelopes nº 2 e nº 3, de autoria da empresa Soul Propaganda consistem em:

> - *quanto à quantidade de laudas*: 1 lauda adicional em papel sulfite tamanho A3 no envelope nº 3; 1 lauda suprimida do caderno do Plano de Comunicação Publicitária constante no envelope nº 3 (33 laudas no envelope n° 2; 32 laudas no envelope nº3)
>
> - *quanto ao conteúdo das laudas*: a lauda A3 adicional no envelope n° 3 contém um *storyboard* correspondente a proposta de Roteiro de VT de 30" (a lauda avulsa em papel sulfite tamanho A4 constante em ambos os envelopes, nº 2 e nº 3); as laudas do caderno do Plano de Comunicação Publicitária constante no envelope n° 3 contém identificação (logotipo em diversas páginas) e assinatura na última página; a lauda suprimida no caderno constante no envelope n° 3 correspondia a uma folha em branco no envelope n°2).

A afirmação de que o conteúdo do envelope nº 3 da empresa Soul Propaganda não é idêntico ao envelope n° 2 não pode ser sustentada se visto que todos, rigorosamente todos, os elementos constantes no envelope nº 2, constam no envelope nº 3. A diferença NÃO se refere à falta (inexistência) de alguma peça exigida no edital. Todos os elementos exigidos no edital para constarem no envelope nº 2 e em cópia no envelope nº 3, estavam presentes em ambos os envelopes pertencentes à empresa Soul Propaganda.

Neste aspecto, o Edital foi plenamente atendido. O não idêntico apontado refere-se a uma adição, à existência de um elemento a mais.

Do Julgamento

Julga-se não ter ocorrido interferência na isonomia, no equilíbrio e no rito da competição a presença da lauda adicional (folha em tamanho A3 contendo um *storyboard*) inserida no conteúdo do envelope nº 3 da empresa Soul Propaganda pelas seguintes razões:

- o conteúdo do envelope nº 3 foi conhecido somente após o julgamento, atribuição e fechamento pela Subcomissão Técnica das pontuações referentes ao envelopes nº 2 e nº 4;

- uma lauda, concernente a um *storyboard*, coincidente com a idéia criativa do roteiro para VT de Televisão de 30" elaborado pela empresa Soul Propaganda, não consistindo em elemento estranho ou incompatível com a exigência do edital para este item.

Julga-se não ter ocorrido descumprimento do Edital, particularmente quanto ao item 10.3, por parte da empresa Soul Propaganda em razão de todo conteúdo exigido para o Envelope nº 2 foi apresentado; é indiscutível que todo este conteúdo, em cópia com identificação, está presente no envelope n° 3. Não se trata de não idêntico por ausência de alguma peça, mas de não idêntico pela adição de uma peça, cuja proporção relativa ao todo das peças do envelope, e conteúdo das informações apresentadas, compatibilizam-se totalmente com um elemento das peças, o roteiro de VT para Televisão de 30", consistindo inteiramente em forma alternativa de apresentação de idéia criativa de peça publicitária.

Da Decisão

Pelas razões expostas, observando-se os princípios da razoabilidade e da proporcionalidade, decido pelo NÃO provimento do recurso interposto pela empresa Mercatto Comunicação contra a empresa Soul Propaganda.

Quanto à empresa Genius Publicidade

Em seu recurso a empresa Mercatto Comunicação ressalta:

> *A Recorrente insurge, data vênia, ainda, contra a decisão da Subcomissão Técnica de não desclassificar a agência GENIUS PUBLICIDADE, por se identificar, especificamente, quando inseriu em seu Envelope 4 (Capacidade de Atendimento), planilhas de mídia iguais às que constavam no Envelope 2 (Plano de Comunicação Via Não Identificada), assim desrespeitando a Lei 12.232/2010, que prevê a imperiosidade da avaliação imparcial da subscomissão por vias não identificadas.*

Em suas contrarrazões a empresa Genius Publicidade sustenta:

> *(...) ao bem analisar os documentos inseridos nos envelopes de via não identificada e submetida à apreciação da subcomissão técnica, pode-se constatar que não houve qualquer elemento que pudesse identificar a proposta da recorrida.*
>
> *(...)*
>
> *Efetivamente, a presença de planilhas iguais constantes nos envelopes 02 no envelope 04, em nada compromete a avaliação imparcial da subcomissão, posto que impossível de identificar a autoria da recorrida, antes da abertura do envelope n. 03.*
>
> *(...)*
>
> *Assim, não se verifica nas propostas 02 e 04 da recorrida qualquer elemento que pudesse identificar a autoria do envelope n.3, de sorte que o presente recurso deverá ser improvido, mantendo a recorrida devidamente classificada.*

O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, contido no envelope nº2, que após o cotejo com o envelope nº 3, soube-se da autoria da empresa Genius Publicidade, contém, exatamente: 10 laudas avulsa em papel sulfite tamanho A4; 2 laudas avulsas em papel sulfite tamanho A3; 3 laudas encadernadas, com espiral preto à esquerda na posição retrato, em papel sulfite tamanho A4 (1 lauda numerada; 2 laudas em branco de capa e contracapa, não numeradas). Todas as laudas foram examinadas

e rubricadas por uma comissão de três pessoas entre os representantes das concorrentes e sob a vista de todos os presentes na sessão.

O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, contido no envelope nº3, de autoria da empresa Soul Propaganda, contém, exatamente: 7 laudas encadernadas, com espiral preto à esquerda na posição retrato, em papel sulfite tamanho A4, não numeradas e com margens contendo a identificação da empresa. (1 lauda numerada; 2 laudas em branco de capa e contracapa, não numeradas); 2 laudas avulsas em papel sulfite tamanho A3; 3 laudas encadernadas, com espiral preto à esquerda na posição retrato, em papel sulfite tamanho A4 (1 lauda numerada com margens contendo a identificação da empresa; 2 laudas em branco de capa e contracapa, não numeradas). Todas as laudas foram examinadas e rubricadas por uma comissão de três pessoas entre os representantes das concorrentes e sob a vista de todos os presentes na sessão.

Assim, as diferenças entre os envelopes nº2 e nº3, de autoria da empresa Soul Propaganda consistem em:

- *quanto à quantidade de laudas*: 3 laudas adicionais em papel sulfite tamanho A4 no envelope nº 2.

- *quanto ao conteúdo das laudas*: as laudas adicionais no envelope N° 3 contêm tabelas e planilhas referentes ao Plano de Mídia da proponente, em todas constando valores em R$ (reais), sendo que, em uma destas laudas consta informação numérica em percentual referente a desconto sobre o item Criação.

No envelope nº 4, apresentado pela empresa Genius Publicidade, foram inclusas cópias das 3 laudas avulsas em papel sulfite tamanho A4, existentes no envelope n° 2, contendo tabelas e planilhas de Plano de Mídia com valores financeiros, sendo que no envelope nº 4 estas laudas contém identificação do autor no cabeçalho. Também em uma destas laudas há informação numérica em percentual referente a desconto sobre o item Criação, acrescentando-se que nesta lauda há assinatura do responsável no rodapé.

Observa-se portanto que as diferenças de conteúdo entre o envelope nº 2 e nº 3 são substantivas e relacionam-se a peças não condizentes com o conteúdo exigido no instrumento convocatório.

Do Julgamento

Julga-se ter ocorrido interferência na isonomia, no equilíbrio e no rito da competição a presença das 3 laudas que contêm Plano de Mídia e informação de valores financeiros, notadamente, quanto a informação numérica de percentuais de descontos para o item Criação. Este fatos comportam descumprimento do edital pelas seguintes razões:

- nos envelopes n° 2 e nº 3 não devem constar, de forma antecipada, informação pertinente a etapa de apresentação da proposta de preço, que é requisita na forma de percentuais de descontos.

- ao dispor de informação numérica de percentual de desconto em lauda constante no envelope nº 2 e concomitantemente, informações idênticas, acrescidas da regular identificação do autor no envelope nº 4, a licitante inseriu no envelope nº 2 elemento que possibilita a identificação da autoria da proposta do Plano de Comunicação (envelope nº 2) em momento anterior à abertura do envelope n° 3.

- mesmo não sendo aventado indício de que ocorreu, por parte da subcomissão técnica a identificação da autoria do conteúdo existente no envelope nº 2 antes do fechamento da atribuição de pontuação, portanto não ocorrendo influência sobre a pontuação; ou mesmo indício de que no momento da avaliação das propostas constantes no envelope nº 4 foi possível relacionar a autoria das propostas do envelope nº 4 com o Plano de Comunicação existente no envelope n° 2, de autoria não identificada; a relação entre as informações numéricas de percentuais de desconto sobre o item criação possibilitaria a dedução exata da autoria.

Julga-se assim ter ocorrido, por parte da empresa Genius Publicidade, descumprimento do Edital, particularmente quanto ao item 9.1.3.2., que prescreve:

> *9.1.3.2. O Envelope nº.4 NÃO poderá ter* ***informação****, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº. 3.* (grifo nosso)

Da Decisão

Pelas razões expostas, observando-se a regra de vinculação ao instrumento convocatório decido pelo PROVIMENTO do recurso interposto pela empresa Mercatto Comunicação contra a empresa Genius Publicidade; e, observando-se os princípios da legalidade, da impessoalidade e da isonomia, decido pela DESCLASSIFICAÇÃO da empresa Genius Publicidade do presente certame licitatório.

Das Considerações Finais

A empresa Mercatto Comunicação, ao final do recurso apresentado, propõe, enquanto medida alternativa à desclassificação das Recorridas, a revisão e redução das pontuações atribuídas às propostas técnicas das duas empresas. Tal pedido não encontra motivo de ser considerado, pois tanto a Lei 12.232/2010 quanto o Edital da presente Licitação não especifica metodologia e critérios para esta operação ou sequer aponta previsão para tal procedimento. Ressalvando-se a situação prevista 10.5.6 do Edital que especifica: "Se a LICITANTE apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 10.5.3, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas." E a situação prevista nos 12.2 e 12.3 do Edital e no Inciso VII e § 1o do artigo 6º da Lei 12.232/2010 referente a apuração de "(...) diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas (...)".

A empresa Soul Propaganda consultou a CPL-CAU/MT sobre a possibilidade de apresentação, para VT de 30", *storyboard;* obtendo em resposta via a Assessoria de Comunicação, por e-mail, o não impedimento quanto a esta forma de apresentação, desde que, este sim elemento indispensável, o roteiro para VT de 30". Devido ao acúmulo de tarefas na preparação da primeira sessão pública desta licitação, a CPL-CAU/MT, em conjunto com a Assessoria de Comunicação do CAU/MT, não efetuou a divulgação pública, no site do CAU/MT e na lista de e-mails de potenciais participantes da licitação, as questões e as respostas recebidas, de mais de um interessado, quanta à possibilidade de apresentação de *storyboard*. Transcorrida a etapa da abertura do envelope n° 3 que soube-se da opção da empresa Soul Propaganda em apresentar um *storyboard* correspondente à idéia criativa para VT de televisão de 30", sem omitir a apresentação do roteiro, contudo, incluso somente no envelope n°3.

Cuiabá, MT – 12 de Novembro de 2014

Wallace Fonseca Ferreira Leite

Wallace Fonseca Ferreira Leite
Presidente CPL-CAU/MT
Portaria CAU/MT Nº 10/2014