



## DESPACHO DE JULGAMENTO

Processo Administrativo Nº 2022-COM-073039

REF.: Recurso Interposto na CONCORRÊNCIA 012/022.

Vistos e etc.

Via petições temporaneamente apresentadas, as licitantes ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA e TATTICAS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA., frente as Notas Técnicas apresentadas em Ata do dia 04/04/2023 (fls 266 à 268) da SUBCOMISSÃO TÉCNICA.

As empresas **RECORRENTES** em apertada síntese discordam das notas apresentadas, por diversos motivos além de pedir que sejam revisadas, também alegam que houve apresentação de propostas em desconformidade com o Edital. Vejamos:

a) ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA alega que a empresa “TATTICAS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA desobedeceu às normas do edital, devendo ser desclassificada”.

b) TATTICAS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA discorda da classificação de suas concorrentes, afirmando que “merece revisão a classificação das Licitantes, mormente pela necessária desclassificação das empresas CENTRO AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO, ENGENHO DE IDEIAS, TEMPO BRASIL, e TEMPERO PROPAGANDA, uma vez que apresentaram propostas em manifesto desacordo com as determinações editalícias”.

Os recursos foram contra-arrazoados pelas empresas:

a) ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA, reputa inverídica a afirmação de que a empresa SINERGY não atenderia o município de Itajaí, considerando, ainda, descabida a imputação de falta de comprometimento;

Considera, também, fantasiosa a alegação de que a recorrida teria ofertado um hotsite praticando preço abaixo da tabela referencial

Que a proposta apresentada pela SINERGY encontra-se em estrito cumprimento com a tabela da SINAPRO.

Que o preenchimento da Sigla VT não altera a essência da proposta e que a recorrente tenta deturpar a linguagem adotada pela recorrida.

b) TATTICAS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA alega que a licitante ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA demonstrou prepotência em sua peça recursal e, em sua defesa, a TATTICAS



asseverou que “o time TATTICAS é altamente capacitado e treinado, composto por profissionais experientes e especializados em diferentes áreas de atuação, o que garante atendimento qualificado e personalizado ao SEMASA”.

Com relação a Ideia Criativa, informou que “uma campanha de outdoor pode incentivar as pessoas a visitarem um site ou uma página nas redes sociais, onde podem encontrar mais informações sobre a marca e interagir como conteúdo de maneira mais significativa”

Sobre o Jingle, discorre que houve *mais um flagrante desrespeito ao tempo dos senhores julgadores da Subcomissão Técnica e dos membros da ilibada Comissão Permanente de Licitação. É uma perda de tempo a argumentação de que o jingle apresentado pelo TATTICAS teria duração maior que 30 segundos*”.

No que tange à Distribuição da Mídia, a ENGENHO narrou sucessões de inverdades quanto ao Plano de Mídia;

Sobre as inserções de TV na tabela da TATTICAS, destaca que é um equívoco que não prejudica o resultado da proposta.

Seguindo nos apontamentos, justifica que sobre as impressões da mídia programática, alegou que “*como poderia a TATTICAS negociar preço com a Publya para entregar menos impressões e não mais\* Um contrassenso absurdo e incoerente*”.

No caso dos banners, destaca que em seu recurso, a TATTICAS não considerou a criação de um banner companheiro para a veiculação do Jingle criado para a mídia programática, que se trata de obrigatoriedade das plataformas de áudio”.

Ao final, repudiou o desrespeito do licitante ENGENHO aos membros da Subcomissão Técnica, considerando-os profissionais ilibados, conscientes das suas responsabilidades, que atuam há anos no setor e gozam de prestígio no mercado de comunicação e na sociedade.

Com base na propositura do Edital, a SUBCOMISSÃO TÉCNICA reunida entendeu pelo seguinte:

*A SUBCOMISSÃO TÉCNICA alega que os orçamentos das peças publicitárias de todos os licitantes atenderam de maneira satisfatória os requisitos do Edital, NÃO DEVENDO GERAR DESCLASSIFICAÇÃO DE LICITANTES E MUITO MENOS ALTERAÇÃO DE SUAS NOTAS TÉCNICAS. Alegam também que os critérios de julgamento das propostas técnicas atendem aos requisitos do Edital e especificamente o disposto nos Art. 6º e 11 da Lei 12.232/10. Qualquer alteração das notas atribuídas aos licitantes*

*quebra o princípio fundamental da lei, qual seja, o **ANONIMATO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**, devendo assim permanecerem da forma com que foram apresentadas. Acerca das apropriações de custos das campanhas, a SUBCOMISSÃO TÉCNICA não encontrou nada que pudesse alterar sua análise, pois visualizou as condições mínimas de aceitabilidade de suas propostas e até o presente momento não se verifica tecnicamente a possibilidade de exclusão de licitantes por conta deste critério, afinal todos apresentaram de forma satisfatória a composição de preços para as “fictícias” campanhas publicitárias propostas*

Nesse sentido, buscando a devida continuidade ao certame e, com base no exposto, a COMISSÃO DE LICITAÇÕES, decidiu pelo seguinte:

*“[...] POR FIM, conhecendo e julgando a COMISSÃO DE LICITAÇÃO resolve pelo NÃO ACOLHIMENTO DOS RECURSOS INTERPOSTOS, mantendo CLASSIFICADAS as seguintes empresas, por ordem alfabética: 1) CENTRO AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA; 2) ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA; 3) TATTICAS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA; 4) TEMPERO PROPAGANDA LTDA; 5) TEMPO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA; para a fase seguinte da licitação Concorrência 012/2022, nos termos dos argumentos desta Ata”.*

Diante de todo o exposto e, de sorte que, adotando as razões apresentadas como se minhas próprias fossem e as considerando integradas a este, julgo **IMPROVIDO** no particular que me pertine, os recursos em apreço, **mantendo o resultado da fase de julgamento das PROPOSTAS TÉCNICAS**, após o julgamento dos recursos, conforme indicado pela Comissão de Licitação, corroborando com a data de abertura dos envelopes de propostas de preços.

Dê-se ciência do ora decidido.

Itajaí, 11 de maio de 2023.

**Diego Antônio da Silva**  
Diretor Geral