

DECISÃO DE RECURSO ADMINISTRATIVO

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 06/2023 SAMAE

MODALIDADE: CONCORRÊNCIA

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO E DEMAIS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL E DE PROMOVER A VENDA DE BENS OU SERVIÇOS DO SAMAE DE TIMBÓ, DURANTE O PERÍODO DA CONTRATAÇÃO.

RECORRENTE: TEMPO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA.

I. RELATÓRIO

O SAMAE, lançou em 06/07/2023, o edita de Concorrência nº 06/2023, conforme objeto acima identificado, o qual, após impugnações, foi retificado e reeditado em 29/01/204 estabelecendo como data para entrega dos envelopes e abertura do certame a de 18/03/2024, conforme consta das informações publicadas em: <https://www.timbo.sc.gov.br/licitacao/06-2023-samae/>

Participaram da entrega e abertura dos envelopes 01 e 02, as empresas: TRENTO FROES COMUNICAÇÃO LTDA; TEMPO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA; TEMPERO PROPAGANDA LTDA; FREE REICHERT COMUNICAÇÃO LTDA; TIRIVA PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA E LENCINA PUBLICIDADE LTDA, sorteada a subcomissão técnica e enviados os envelopes 01 e 02 para análise da referida subcomissão, conforme ata disponível em: <https://www.timbo.sc.gov.br/wp-content/uploads/2023/07/Ata-Abertura-de-Envelopes-1-e-2-Concorrenca-06.2014-SAMAE-Agencia-Publicidade.pdf>

Em 10/06/2024, foram comparadas as notas concedidas pela subcomissão com o conteúdo dos envelopes 3, que identificam os concorrentes e respectivas notas, conforme documento constante <https://www.timbo.sc.gov.br/wp-content/uploads/2023/07/Ata-Abertura-de-Envelopes-3-Concorrencia-06.2023-SAMAE-Agencia-Publicidade.pdf> , que, após suspensão resultou em 13/06/2024 na planilha de ordem de classificação disponível no site: <https://www.timbo.sc.gov.br/wp-content/uploads/2023/07/Ata-Classificacao-de-Envelopes-3-Concorrencia-06.2023-SAMAE-Agencia-Publicidade.pdf> , onde:

| Ordem de Classificação | EMPRESA | Pontuação geral - classificação |
|-------------------------------|---|--|
| 1º | FREE REICHERT COMUNICAÇÃO LTDA | 86,81 |
| 2º | TEMPO BRASIL COMUNICAÇÃO E DESIGN LTDA. | 85,36 |
| 3º | TEMPERO PROPAGANDA LTDA | 74,97 |
| 4º | LENCINA PUBLICIDADE LTDA - EURO | 62,63 |
| 5º | TIRIVA PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA | 60,83 |
| 6º | TRENTO FROES COMUNICAÇÃO LTDA | 57,63 |

Ato continuo as empresas foram intimadas para interposição de recurso.

Em 19/06/2024, a empresa Tempo Brasil interpôs recurso contra o resultado, alegando em síntese, vícios formais nos documentos constantes das propostas apresentadas pela empresa Free Reichert, que lhe imporiam a desclassificação, notadamente: a) excedeu ao limite de verba previsto no edital em mais de 7 mil, eis que calculou errado a veiculação de 2 merchandising por programa durante 12 domingos, o que daria 24 e não 12 como consta da tabela; cobra apenas um card, quando apresenta 4 peças distintas; apresenta 5 banners para internet, mas só cobra 3; de modo que deixou de cobrar entre criação (4 itens) e adaptação (3) o equivalente a R\$ 5.138,81; b) falta de informações na tabela resumo, e c) falta de identificação do prazo para publicidade legal – não consta na capacidade de atendimento qualquer prazo para justificar a nota conferida; Também refuta a nota conferida à aludida empresa e os critérios adotados pela subcomissão que, em sua visão, não segue o que estabelece a norma de regência, notadamente acerca da avaliação individual e objetiva de cada membro, bem como aos critérios adotados em comparação com a capacidade de atendimento das demais empresas, motivo pelo qual, requer de forma subsidiária a reavaliação da nota conferida.

As razões de recursos foram disponibilizadas aos demais licitantes em 21/06/2024, tendo a empresa Free Reicherrt Comunicação Ltda., em 28/06/2024, apresentado as contrarrazões onde, em suma, alega: a) com relação a suposta extrapolação de verba, alega que se equivocou a recorrente pois, segundo afirma, o merchandising é uma estratégia de mídia que não carece de criação por parte da agência de modo que seu custo está incluso no valor da veiculação; que a citação de 12 domingos constitui erro perceptível de digitação, até por que o prazo máximo estabelecido é de 45 dias, estando, portanto, o valor condizente; que abusiva e contrária ao mercado a alegação de que deveria ser cobrado 4 layouts dos cards, sendo que se trata de um post; no mesmo sentido, desonesto a alegação de que deveria ser cobrado a adaptação de anúncio de jornal, eis que a prática adotada leva em consideração o mercado e diminuir custos através do uso do mesmo material, o que também se aplicaria ao web banner, que, embora contemplado na ideia criativa, por decisão estratégica foi excluída na execução aprovada. Sobre a capacidade de atendimento e nota conferida, assevera que comparativamente, entre a quantidade de funcionários de cada agência e clientes, na proporção, atende melhor seus clientes do que a recorrente, eis que atende 2.71 por cliente, enquanto a recorrente possui 1.28 para cada cliente. Ao final pugna pelo indeferimento do recurso.

Os documentos foram encaminhados à subcomissão técnica que, aos seus termos em apertada síntese, refutou os argumentos trazidos pela recorrente, mantendo na íntegra sua decisão e notas conferidas, aduzindo que: a) com relação aos valores praticados estariam condizentes, eis que, com relação ao merchandising não há valor de criação pois o próprio veículo faz sua fala; sobre o post feed carrossel, uma única publicação pode conter até 20 cards, e não há exigência pela tabela sinapro para cobrança por card em post; que a diferença de layout dos anúncios de 0,5cm não acarreta a necessidade de alteração de novo layout e consequente cobrança, sendo o corte (crop) medida sem custo que pode ser feito pela própria agência ou jornal; no mesmo sentido a adaptação de web banner não foi cobrada pois, conforme estratégia de mídia e não mídia, os formatos para adaptação não foram reivindicados na tabela de mídia; que não houve omissão na veiculação orgânica (web banner Same), estando na tabela como adaptação; embora não constitua exigência do edital, a tabela de resumo consta da proposta avaliada pela subcomissão, estando suas informações detalhadas na tabela 3, estando apenas a forma de apresentação diferente; que não houve extrapolação de verbas e que as cobranças imputadas pela recorrente como ausentes seriam abusivas; quanto a capacidade de atendimento, assevera que entende que todas as peças avulsas englobam também as publicidades legais, e que além da proporção funcionários x quantidade

de clientes, levou-se em consideração para pontuação a proximidade das sedes; concluindo: “A subcomissão técnica mantém sua avaliação e seu posicionamento. Indeferido o pedido da concorrente Tempo Brasil por completo, pois entende-se que todas as questões apontadas estão interpretadas erroneamente pela empresa e a empresa tenta insistentemente induzir a erro a subcomissão.”

Os autos foram encaminhados a esta autoridade para decisão.

É o breve relato dos fatos.

II. FUNDAMENTAÇÃO

Vistos e examinados os autos do processo, razões recursais, contrarrazões e manifestação da subcomissão técnica, percebe-se que a dúvida suscitada pelo recorrente leva em consideração a suposta irregularidade na proposta técnica da licitante melhor pontuada nesta fase do certame, bem como nos critérios técnicos utilizados pela subcomissão para sua fixação.

Vale destacar que a licitação em questão é regida por lei própria que **VINCULA O JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**, à subcomissão técnica, previamente identificada e sujeita a impugnação prévia, escolhida em sorteio público, conforme dispõe o art. 10 da Lei 12.232/2010 onde:

“Art. 10. As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

§ 1º As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

§ 2º A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 3º Nas contratações de valor estimado em até 10 (dez) vezes o limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, a relação prevista no § 2º deste artigo terá, no mínimo, o dobro do número de integrantes da subcomissão técnica e será composta por, pelo menos,

1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 4o A relação dos nomes referidos nos §§ 2o e 3o deste artigo será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

§ 5o Para os fins do cumprimento do disposto nesta Lei, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os §§ 2o, 3o e 4o deste artigo, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

§ 6o Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

§ 7o A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste artigo.

§ 8o A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no § 4o deste artigo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

§ 9o O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o órgão ou entidade responsável pela licitação, nos termos dos §§ 1o, 2o e 3o deste artigo.

§ 10. Nas licitações previstas nesta Lei, quando processadas sob a modalidade de convite, a subcomissão técnica, excepcionalmente, nas pequenas unidades administrativas e sempre que for comprovadamente impossível o cumprimento do disposto neste artigo, será substituída pela comissão permanente de licitação ou, inexistindo esta, por servidor formalmente designado pela autoridade competente, que deverá possuir conhecimentos na área de comunicação, publicidade ou marketing.”
Grifamos.

Reitera-se que, conforme expressa disposição legal, no que diz respeito à análise e julgamento da proposta técnica, esta é de competência exclusiva da subcomissão, formada por técnicos da área, e eleita nas condições da lei.

Aliás, conforme consta das fases publicadas e disponíveis no site: <https://www.timbo.sc.gov.br/licitacao/06-2023-samae/>, a eleição a subcomissão técnica de julgamento das propostas se deu nos exatos termos da lei, o que, atrelado ao fato de inexistir no recurso qualquer prova ou insinuação de tendência ou irregularidade no julgamento, suas decisões técnicas devem ser respeitadas.

Ademais, a subcomissão técnica de forma objetiva e concludente rechaçou ponto a ponto as alegações de irregularidades na proposta técnica e no julgamento, concluindo pela manutenção de sua decisão técnica, de modo que, salvo melhor e comprovado juízo, não há que se contrapor, nesta etapa do certame, às suas conclusões, sob pena de inferir em critérios técnicos que, conforme

disposição legal, SÃO VEDADOS À AUTORIDADE¹. OU A COMISSÃO DE JULGAMENTO DO CERTAME.

A impossibilidade de revisão de notas da subcomissão técnica, quando fundada nos termos do edital, é reconhecida pela jurisprudência, consoante infere-se “*mutatis mutandis*” do seguinte julgado:

“DIREITO ADMINISTRATIVO E PROCESSUAL CIVIL - AGRAVO DE INSTRUMENTO - MANDADO DE SEGURANÇA - LIMINAR INDEFERIDA - LICITAÇÃO NA MODALIDADE CONCORRÊNCIA PÚBLICA - EDITAL N. 001/2023 - CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS - REBAIXAMENTO DE NOTA - PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO AO EDITAL - RECURSO ADMINISTRATIVO - AVALIAÇÃO DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO - AUSÊNCIA DE IRREGULARIDADE - TUTELA DE URGÊNCIA - REQUISITOS NÃO DEMONSTRADOS - RECURSO DESPROVIDO. 1. Pedido liminar visando o reconhecimento do suposto direito líquido e certo da Impetrante de obter a reposição da avaliação anterior, em virtude do provimento parcial do recurso administrativo que reduziu sua pontuação. 2. Ausência dos requisitos necessários para o deferimento da medida de urgência disposta no art. 7º, da Lei nº 12.016/2009. Pedido liminar visando o reconhecimento do suposto direito líquido e certo da Impetrante de obter a reposição da avaliação anterior, em virtude do provimento parcial do recurso administrativo que reduziu sua pontuação. 2. A diminuição da nota foi fundamentada na aplicação do princípio da isonomia entre as licitantes, por não garantir a veiculação da publicidade em horários nobres, uma vantagem comparativa injusta em face das demais concorrentes. 3. O edital é a lei interna da licitação, e sua vinculação implica que todas as decisões da comissão julgadora devem aderir estritamente aos critérios nele estabelecidos. A administração agiu dentro de sua margem de discricionariedade técnica e legal ao rebaixar a nota, em vista da oferta de um valor baseado em horários indeterminados de inserção publicitária, o que poderia comprometer a eficácia e a eficiência esperadas da campanha. 4. A intervenção judicial em procedimentos licitatórios deve se dar de maneira cautelosa e limitada às hipóteses de ilegalidade ou abuso de poder, o que não se verifica no caso. 5. Ausência dos requisitos necessários para o deferimento da medida de urgência disposta no art. 7º, da Lei nº 12.016/2009. Recurso desprovido. (TJ-MT - AGRAVO DE INSTRUMENTO: 1005628-33.2024.8.11.0000, Relator: LUIZ OCTAVIO OLIVEIRA SABOIA RIBEIRO, Data de Julgamento: 29/05/2024, Terceira Câmara de Direito Público e Coletivo, Data de Publicação: 03/06/2024) grifamos

III. DECISÃO

Ante todo o exposto, atendendo ao princípio da legalidade, impessoalidade, interesse público e vinculação ao instrumento convocatório, e considerando os fundamentos acima apresentados e com base no Parecer da subcomissão técnica constante dos autos, decide-se **PELO INDEFERIMENTO DO RECURSO** interposto pela empresa TEMPO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA.

¹ (TJ-MT 10021810820228110000 MT, Relator: MARIO ROBERTO KONO DE OLIVEIRA, Data de Julgamento: 15/02/2022, Turma de Câmaras Cíveis Reunidas de Direito Público e Coletivo, Data de Publicação: 15/02/2022)

e consequente manutenção das notas conferidas pela subcomissão, determinando o prosseguimento do feito.

Publique-se, registre-se e intime-se.

Timbó, 21 de outubro de 2024.

Waldir Girardi
Diretor Presidente SAMAE/Timbó