



**ESTADO DE SANTA CATARINA  
CÂMARA MUNICIPAL DE JARAGUÁ DO SUL**

**PROCESSO LICITATÓRIO Nº 01/2023 – CONCORRÊNCIA PÚBLICA**

**Decisão da Comissão Permanente de Licitação sobre os recursos apresentados após verificação das notas técnicas e cotejo das propostas identificadas e não identificadas e manifestação da subcomissão técnica.**

**1 . RESUMO DO PROCESSO**

A Câmara Municipal de Jaraguá do sul, está realizando licitação para contratação de agência de publicidade e propaganda para operacionalização da divulgação de suas atividades institucionais.

O processo transcorreu até a abertura das propostas técnicas e avaliação das mesmas pela Subcomissão técnica.

Ao final da segunda sessão pública onde ocorreu o cotejo das propostas para identificar as empresas e aplicar a pontuação para cada uma delas, todas manifestaram a intenção de apresentar recursos sobre o resultado.

Ao final dos prazos recursais, os documentos contendo os recursos e razões de recursos foram encaminhados para análise da subcomissão técnica para que esta pudesse analisar os questionamentos sobre sua atuação no processo.

A Subcomissão técnica realizou a análise dos recursos e contrarrazões e emitiu seu entendimento.

A seguir o processo retornou para a comissão de licitação que na sequência passa a emitir seu entendimento

Este é o relato dos acontecimentos.

**2. DOS RECURSOS APRESENTADOS**

**2.1. Woop Comunicação Integrada Ltda.**

A licitante apresentou recurso dentro do prazo legal com diversas alegações as quais passamos a discorrer:



**ESTADO DE SANTA CATARINA  
CÂMARA MUNICIPAL DE JARAGUÁ DO SUL**

2.1.1. USO DE NEGRITO - Uso de palavras em negrito por parte dos demais licitantes e fonte de tamanhos diferentes pugna pela desclassificação dos mesmos alegando descumprimento ao edital.

A Subcomissão técnica, ao analisar o fato entendeu que tal alegação não gerou qualquer tipo de identificação e prejuízo para o processo.

Ademais sobre este assunto a comissão de licitação também já decidiu no seguinte sentido quando da abertura dos envelopes contendo a via não identificada. Vejamos:

*No que se refere ao argumento da requerente de que houve a utilização de texto em negrito vamos à decisão.*

*Conforme abordado no início deste documento, o grande desafio, tanto da administração, quanto dos participantes do certame é o atendimento fiel de todos os detalhes exigidos no edital da licitação.*

*Neste viés, cabe a comissão de licitação conduzir a licitação da melhor forma, buscando atender aos princípios regentes de todo o processo.*

*Buscando-se uma decisão razoável para o tema, cabe analisar a melhor saída para o problema que se apresenta, onde neste caso concreto temos uma possível quebra nas regras do edital, a necessidade de ser isonômico, mas também a busca pela proposta mais vantajosa para a administração e por fim a existência ou não de identificação da autoria da proposta.*

*Existe no caso em tela, um choque de princípios que devem ser observados e diante disso a comissão invoca a sua discricionariedade para decidir na forma em que tudo seja resolvido de forma razoável.*

*Um primeiro questionamento a ser analisado e no entendimento da comissão o mais importante é: Houve com o uso desta marcação algum tipo de identificação da "AUTORIA" da proposta?*

*Analisando-se todo o contexto não se pode identificar a autoria da proposta citada.*

*Diante disso cabe a análise dos demais princípios norteadores do processo licitatório e dentre eles o da proposta mais vantajosa.*

*Ponto muito importante para tema. Ouve-se muito falar sobre, mas muitas vezes existe confusão em relação ao termo. De tal exposto, colaciono o entendimento do brilhante doutrinador Marçal Justen Filho, que nos ensina:*

***"A vantagem caracteriza-se como a adequação e satisfação do interesse coletivo por via da execução do contrato. A maior vantagem possível configura-se pela conjugação de dois aspectos inter-relacionados. Um dos ângulos relaciona-se com a prestação a ser executada por parte da Administração; o outro vincula-se à prestação à cargo do particular. A maior vantagem apresenta-se quando a Administração assumir o dever de realizar a prestação menos onerosa e o particular se obrigar a realizar a melhor e mais completa prestação. Configura-se, portanto, uma relação custo-benefício. A maior vantagem corresponde à situação de menor***



**ESTADO DE SANTA CATARINA  
CÂMARA MUNICIPAL DE JARAGUÁ DO SUL**

*custo e maior benefício para a Administração.” (Grifo não original).*

*In, JUSTEN FILHO, Marçal. Comentários à lei de licitações e contratos administrativos, 15. ed., São Paulo: 2012, p. 61*

Ainda neste sentido, entendendo o conceito e a importância da seleção da proposta mais vantajosa para a Administração, podemos estabelecer um liame direto com a competitividade no certame público, sendo que segundo o inigualável **Prof. Diógenes Gasparini**:

*“se a competição é a alma da licitação, é evidente que quanto mais licitantes participarem do evento licitatório, mais fácil será à Administração Pública encontrar o melhor contratado”*

*II Seminário de Direito Administrativo - TCMSP "Licitação e Contrato - Direito Aplicado" De 14 a 18 de junho de 2004*

Em se verificando um pequeno erro que não tem o condão de trazer prejuízo aos demais participantes, bem como devido ao reduzido número de concorrentes, há que se ponderar que não se justifica desclassificar tal proposta em virtude do acontecido, visto ser dever do gestor público a busca da vantajosidade de proposta.

A decisão da comissão de licitação, como já dito antes, deve ser no sentido de trazer um equilíbrio para a balança e para se chegar a isso devemos também analisar o tema formalismo, na condução dos trabalhos.

Sobre o formalismo na condução dos trabalhos destacamos:

*“O excesso de formalismo e o formalismo moderado não são temas novos dentro do mundo jurídico, no entanto, é cada vez mais recorrente nas doutrinas e jurisprudências como um instrumento utilizado para se evitar uma visão já ultrapassada em relação à forma da licitação.*

*Acontece que a perspectiva tomada em referência ao procedimento administrativo de licitações vem se modernizando (tal como deve), e os pensamentos doutrinários e jurisprudenciais acerca do tema têm direcionado o agente público (certas vezes de forma coercitiva) a observar a licitação não apenas como um mero instrumento de formalidade com o fim objetivo de aquisição de produtos ou contratação serviços, mas sim como uma política pública direcionada ao desenvolvimento sustentável e alcance do bem maior.*

*Veja-se que não basta que os documentos estejam em conformidade com o formalismo legalmente estabelecido para que se obtenha uma real vantagem à Administração e aos seus administrados. Em outras palavras, a licitação não pode ser vista como uma ciência exata que se enquadra às fórmulas preestabelecidas e no final terá sempre o melhor resultado. Não! O agente precisa ir além, utilizar o procedimento licitatório ao seu favor, como um instrumento efetivo para obtenção de um resultado realmente valoroso,*



**ESTADO DE SANTA CATARINA  
CÂMARA MUNICIPAL DE JARAGUÁ DO SUL**

*atendendo os princípios e objetivos da licitação e alcançando a melhor proposta para a ocasião.”*

*In: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/o-excesso-de-formalismo-formalismo-moderado-nas-licitacoes-publicas/762815219>*

Assim, tendo em vista a necessidade de manter a isonomia de condições de competição entre os participantes, a necessidade de buscar a proposta mais vantajosa para a Câmara, bem como buscando uma avaliação razoável para o caso, a comissão de licitação entende pelo indeferimento do pedido de desclassificação da via não identificada pela empresa Woop Comunicação Integrada

### 2.1.2. ALEGAÇÃO DE AUSÊNCIA DE JUSTIFICATIVA DAS NOTAS

Neste sentido a Subcomissão também manifestou sua posição da seguinte forma:

No que se refere as justificativas para a análise do envelope 01, os motivos encontram-se registrados na ata sendo que destacamos as informações elencadas na ata de julgamento do envelope 1:

*A campanha nominada “A” e identificada como time pela comissão, expõe que a campanha ao citar cidade exclui os moradores do interior. A campanha não corresponde ao tema simulado no edital pois está pautada no esporte.*

*A campanha nominada “B” e identificada como “Democracia”, apresenta coerência com o edital e coesa nas suas peças e propostas, sendo clara e objetiva. Um dos membros da comissão destacou a campanha como inclusiva que ao entender dos demais é o objetivo do edital em promover o bem comum*

*A campanha nominada “C” e identificada como “Você”, não conseguiu ter uma redação de qualidade pois não desenvolveu as peças a partir do que foi proposto no edital. Exemplo: uso demasiado do gerúndio nas peças de rádio. Também o uso das cores e fontes que dificultavam a visualização e leitura nos posts e anúncios de jornal.*

Assim entendemos estar devidamente justificado os motivos das notas.

Podemos verificar que a subcomissão não deixou de fazer análise e justificar os motivos das notas.

Desta forma também nos cercamos do posicionamento da subcomissão no sentido de que não parece ter ocorrido irregularidade no julgamento das propostas.



**ESTADO DE SANTA CATARINA  
CÂMARA MUNICIPAL DE JARAGUÁ DO SUL**

**2.1.3. DISTRIBUIÇÃO DE MÍDIA E NÃO MÍDIA – THINK BRANDS –  
PLANO SIMULADO DIVERGENTE**

Quanto a esta alegação, relata a recorrente que há incorreção no quadro de divisão de mídia em relação ao texto, onde em um local fala em 330 inserções ao passo que no outro 110.

Também neste sentido a Subcomissão assim entendeu:

*Em relação a distribuição de mídia verificando-se os documentos e informações podemos ver que se trata apenas de uma pequena incorreção ou erro de digitação já que na tabela que segue após a que foi destacada pela empresa recorrente, podemos verificar que há a totalidade das inserções descritas no texto.*

No caso em questão a subcomissão acabou não apresentando a correção da informação. Assim, para melhor relacionar e esclarecer os fatos destacamos a seguir:

VEICULAÇÃO							
Nº AUT	MÍDIA	VEÍCULO	DURAÇÃO	VALOR UNIT.	QNT	VALOR FINAL	FORMATO
	Anúncio Jornal	Jornal OCP	4 dias	R\$ 5.400,00	2	R\$ 10.800,00	26x34
	Anúncio Jornal	Jornal JDV	4 dias	R\$ 4.800,00	2	R\$ 9.600,00	26x34
	Spot	Rádio Studio FM	22 dias	R\$ 39,00	66	R\$ 2.574,00	Rotativo 30s
	Spot	Rádio RBN	22 dias	R\$ 116,03	66	R\$ 7.657,98	Rotativo 30s
	Spot	Rádio Jaraguá	22 dias	R\$ 87,00	66	R\$ 5.742,00	Rotativo 30s
	Spot	Rádio 105FM	22 dias	R\$ 97,00	66	R\$ 6.402,00	Rotativo 30s
	Spot	Rádio SuperNova	22 dias	R\$ 68,00	66	R\$ 4.488,00	Rotativo 30s
	Banner Web	Portal Jornal OCP	30 dias	R\$ 27,00	100	R\$ 2.700,00	300x250 (CPM)
	Outdoor	At Impacto	14	R\$ 850,00	4	R\$ 3.400,00	9x3

Da análise de tal imagem, podemos notar que se trata apenas de erro de digitação e tal ocorrência, ao entendimento desta comissão não pode prosperar de forma a excluir um participante do certame.

No mesmo sentido a comissão de licitação entende que pequenos erros em que se pode concluir ser de digitação não devem levar a exclusão de uma proposta.

**2.1.4. RAZÕES PARA DIMINUIÇÃO DA NOTA – EMPRESA THINK BRANDS**

Neste caso, estamos tratando de avaliação técnica que foi realizada por profissionais da área de comunicação.

A Comissão permanente de licitação não é conhecedora do ramo de publicidade e propaganda e neste sentido cabe apenas acompanhar o entendimento da Subcomissão técnica em relação as notas apresentadas.



**ESTADO DE SANTA CATARINA  
CÂMARA MUNICIPAL DE JARAGUÁ DO SUL**

**2.1.5. REAVALIAÇÃO – NOTAS ENVELOPE Nº 3 - RECORRENTE**

No mesmo sentido em que abordamos o tópico anterior, a comissão de licitação opta por concordar com os argumentos da Subcomissão técnica que assim manifestou sua opinião:

*Feitas todas as considerações que entendemos necessárias para justificar a nota dada, e após analisar os argumentos apresentados pelas empresas recorrentes, esta comissão decide por manter as notas sem realizar qualquer reavaliação ou alteração na pontuação, pelos fatos e fundamentos elencados neste documento.*

**2.2. Tiriva Publicidade e Propaganda.**

A agência em questão também citou alguns argumentos ao que passamos a tratar.

**2.2.1 EQUIPARAÇÃO DE NOTAS – DIFERENÇA SUPERIOR A 20%**

Sobre o ponto abordado pela recorrente, já verificamos que a Subcomissão técnica tratou de responder o caso.

Esta comissão de licitação entende que o posicionamento da Subcomissão técnica foi devidamente esclarecedor, pois aborda a liberdade dos avaliadores em aplicar notas de 0 a 10, permitida pelo edital.

Vejamos:

*14.4 — A pontuação de cada quesito da proposta técnica será obtida pela execução sequencial dos seguintes procedimentos: cada membro da Subcomissão Técnica atribui nota de 0 (zero) a 10 (dez) para cada quesito da Proposta Técnica, sendo vedadas notas fracionadas;*

Em relação a o argumento sobre eventual diferença de 20% restou devidamente demonstrado que o objetivo da Lei, é evitar divergências em relação as notas de cada quesito relativo a um determinado concorrente.

A comissão de licitação entende como lógico o fato de se buscar uma isonomia nestas notas (mesmo quesito do mesmo fornecedor), porém dá a liberdade de em havendo divergência, que o autor da nota divergente possa justificar os motivos.

Assim no nosso entendimento o elemento balizador de igualdade de notas é para se buscar uma consonância de ideias em relação a um tópico analisado pelos 3 julgadores.



**ESTADO DE SANTA CATARINA  
CÂMARA MUNICIPAL DE JARAGUÁ DO SUL**

**2.2.2. DESCLASSIFICAÇÃO DA EMPRESA WOOP**

A recorrente alega que a campanha da empresa Woop faz promoção pessoal da pessoa dos vereadores.

Neste prisma, cabe ressaltar aqui que a apuração de uma eventual ocorrência de promoção pessoal, e como consequência disso uma punição de desclassificação não deve prosperar dentro do processo objeto desta discussão.

A demonstração ou comprovação de promoção pessoal, ao entender desta comissão pode ser uma linha muito tênue a ser avaliada e julgada.

Na discussão do assunto, necessário adentrar e discutir o princípio da impessoalidade e publicidade.

Este não é um debate que vamos nos aprofundar.

Obviamente, olhando-se a campanha, pode-se dar margem a pensar se ocorre ou não. Diante disso, a comissão de licitação entende que não há motivos suficientes para uma desclassificação sendo que a pontuação e a análise da subcomissão técnica, ao que nos parece já reflete em parte a situação.

**2.3. Think Brands Publicidade & Propaganda Ltda.**

2.3.1. Esta recorrente, basicamente ataca também a campanha da empresa Woop sob a alegação de promoção pessoal.

Alega em síntese que a campanha se preocupa mais em dar enfoque à autoridade do que a instituição.

Destaca julgados e jurisprudências em relação ao assunto.

O assunto em questão já foi abordado por esta comissão no tópico anterior (2.2.2.) que traz a tona a mesma alegação.

Então é de consenso da comissão que uma eventual promoção pessoal pode sim ter ocorrido, mas o caso merece uma discussão mais ampla.

No que se refere as pontuações a comissão de licitação, após análise dos documentos das propostas, entende que esta questão já está intrínseca na pontuação da empresa, não havendo motivos para uma desclassificação

**3. Considerações finais e entendimento da Comissão de Licitação**

Após análise de todos os argumentos apresentados, bem como do posicionamento da Subcomissão técnica, a Comissão de Licitação opina pelo conhecimento dos recursos, porém entende que os mesmos devem ser indeferidos pelos motivos anteriormente expostos

Opina também pela manutenção do resultado das notas das propostas técnicas e encaminha o presente certame para análise e decisão do presidente da



**ESTADO DE SANTA CATARINA  
CÂMARA MUNICIPAL DE JARAGUÁ DO SUL**

Câmara Municipal que na qualidade de autoridade competente deverá analisar e proferir sua decisão final nos termos do artigo 109 § 2º, §3 e § 4º da Lei 8.666/93

Nada mais havendo a ser tratado, é a posição desta comissão.

Jaraguá do Sul, 18 de agosto de 2023.

Comissão Permanente de Licitação.

**MAURICIO SILVA RODOLPHO**  
Presidente

**FABIANA DE SOUZA STRINGARI**  
Membro

**MARIANA SCHMITZ MARTINS**  
Membro

*Despacho:*

*ante do parecer, encomende os jurídicos para análise.*

*22/08/23*