EXCELENTÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE RONDÔNIA.

ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE RONDÔNIA
Comissão Permanente de Licitação
Porto Velho 03/12/18
Hora 10:14
Funcionário

Concorrência pública nº 001/2018 - ALE/RO

Everton José Santos Filho
Presidente - CPL/ALE/RO

PNA Publicidade Ltda, já qualificada no certame retro, vem mui respeitosamente à elevada presença de Vossa Excelência, apresentar **CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO** apresentado pela empresa licitante **PWS Publicidade & Propaganda Ltda**, também já qualificada, nas razões que seguem:

1. INTROITO.

Em apertada síntese, aduziu a empresa recorrente que houve erro na atribuição das notas às empresas licitantes concorrentes, que a empresa PNA Publicidade Ltda teria ultrapassado o limite permitido no edital em relação as peças da "campanha publicitária".

Por fim, requereu a revisão da pontuação atribuída a empresa PWS Publicidade & Propaganda Ltda, declarando-a classificada, bem como a revisão da nota de todas as outras empresas licitantes. Requereu ainda, que a empresa PNA Publicidade Ltda seja declarada desclassificada.

Todavia, sem razão alguma a empresa recorrente.

2. DAS CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO.

2.1. DA ALEGAÇÃO DE QUE HOUVE ERRO NA ATRIBUIÇÃO DAS NOTAS ÀS EMPRESAS LICITANTES.

Como já sintetizadamente mencionado alhures, a empresa PWS Publicidade & Propaganda Ltda aduziu erroneamente em suas razões que a diferença entre a pontuação das empresas deve respeitar o limite de 20% (vinte por cento).

Dispõe o item 5.13.2.1 do Edital desta Licitação, *in verbis*:

> 5.13.2.1 - A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação **ATRIBUÍDA A UM QUESITO OU SUBQUESITO** sempre que a 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, de conformidade com os critérios objetivos previstos no Edital.

Observa-se que os quesitos e subquesitos avaliados pelos membros julgadores da Subcomissão Técnica estão corretos e não ultrapassam o limite de 20% estabelecido no edital e na lei, em relação a cada uma das empresas licitantes. Está evidente que houve coerência e harmonia nas notas atribuídas individualmente para cada uma das licitantes.

Notas dos quesitos e subquesitos em relação ao Invólucro 1;

PLANILHA DE PONTUAÇÃO - SUBCOMISSÃO TÉCNICA - CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2016/ALE/RO							
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - INVÓLUCRO Nº 1 - VIA NÃO IDENTIFICADA							
ITEM	QUESITOS	Pontuação Máxima	Avaliação Técnica dos Membros da Subcomissão				
			ITALO	BERNO	HELEN	Total	Pontuação Final (MÉDIA)
	LICITANTE "A"						
5.12.2.1.1	RACIOCÍNIO BÁSICO – a acuidade de compreensão	10,00	7,10	7,00	7,20	21,30	7,10
5.12.2.2	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	25,00	15,00	15,50	16,00	46,50	15,50
5.12.2.3	IDEIA CRIATIVA	20,00	12,80	13,00	14,50	40,30	13,43
5.12.2.4	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	10,00	6,50	6,00	7,00	19,50	6,50
	PONTUAÇÃO FINAL	65,00	41,40	41,50	44,70	127,60	42,53
	LICITANTE "B"						
5.12.2.1.1	RACIOCÍNIO BÁSICO – a acuidade de compreensão	10,00	6,50	7,50	8,00	22,00	7,33
5.12.2.2	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	25,00	13,50	15,00	16,50	45,00	15,00
5.12.2.3	IDEIA CRIATIVA	20,00	11,60	13,00	14,40	39,00	13,00
5.12.2.4	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	10,00	8,00	7,00	6,50	21,50	7,17
	PONTUAÇÃO FINAL	65,00	39,60	42,50	45,40	127,50	42,50
	LICITANTE "C"						
5.12.2.1.1	RACIOCÍNIO BÁSICO – a acuidade de compreensão	10,00	7,60	7,70	7,50	22,80	7,60
5.12.2.2	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	25,00	16,20	18,40	16,00	50,60	16,87
5.12.2.3	IDEIA CRIATIVA	20,00	16,20	14,40	18,00	48,60	16,20
5.12.2.4	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	10,00	5,80	6,00	6,00	17,80	5,93
	PONTUAÇÃO FINAL	65,00	45,80	46,50	47,50	139,80	46,60
	LICITANTE "D"						
5.12.2.1.1	RACIOCÍNIO BÁSICO – a acuidade de compreensão	10,00	8,00	9,00	9,00	26,00	8,67
5.12.2.2	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	25,00	19,00	23,30	21,00	63,30	21,10
5.12.2.3	IDEIA CRIATIVA	20,00	17,10	18,90	19,00	55,00	18,33
5.12.2.4	ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	10,00	8,20	8,50	8,50	25,20	8,40
	PONTUAÇÃO FINAL	65,00	52,30	59,70	57,50	169,50	56,50

Notas dos quesitos e subquesitos em relação ao Invólucro 3;

PLANILHA DE PONTUAÇÃO DA CAPACIDADE DE ATENCIMENTO, REPERTÓRIO E RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO - VIA IDENTIFICADA - INVOLUCRO Nº 3						
SUBCOMISSÃO TECNICA - CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2018/ALE/RO						
RESUMO DE AVALIAÇÃO						
35PROPOSTA	Pontuação Máxima	Avaliação Técnica FINAL dos Membros da Subcomissão				
		B - Capacidade de atendimento (15 Pontos)	C - Repertório (10 Pontos)	D - Relatos de soluções de problemas de comunicação (10 Pontos)		Pontuação Final (SOMA)
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO... - INVÓLUCRO 3 (35 PONTOS)						
PWS	35,0	10,37	5,83	6,63		22,83
TRADE	35,0	10,93	7,23	7,43		25,60
MINHAGENCIA	35,0	12,57	8,00	8,37		28,93
PNA	35,0	13,23	8,93	8,87		31,03

Ressalta-se, o LIMITE DE 20% NA ATRIBUIÇÃO DAS NOTAS É APENAS EM RELAÇÃO A PONTUAÇÃO DOS QUESITOS E SUBQUESITOS ENTRE OS MEMBROS DA SUBCOMISSÃO EM RELAÇÃO À MESMA EMPRESA LICITANTE.

Assim, nada impede, e não poderia ser diferente, que as empresas concorrentes tenham notas maiores entre si além dos 20%, desde que as notas de cada empresa, individualmente, atribuídas pelo julgadores da Subcomissão Técnica, estejam dentro de um critério limitado a 20%. Mas esse limite se refere tão somente às notas atribuídas pelos julgadores à mesma licitante, para que se encontre um equilíbrio entre elas e se evitem divergências incoerentes. Repita-se: tais divergências se referem às notas atribuídas pelos julgadores à mesma empresa licitante em casa quesito ou subquesito. E não têm nada a ver com pontuação geral entre as concorrentes.

Afinal, fosse absurdamente o contrário do que está na lei e no edital, como aduzido pela empresa recorrente, uma licitante que descumprisse algum quesito/subquesito NUNCA poderia ter uma nota zero se uma outra empresa tivesse nota 25, por exemplo.

Em outras palavras, se essa interpretação super equivocada da empresa recorrente prevalecesse, nenhuma empresa poderia ser desclassificada, ou todas seriam classificadas, dependendo de qual empresa tivesse a pontuação 20% superior às outras.

Ou seja, o argumento apresentado no recurso é absolutamente ilógico e contrário ao que está escrito na legislação, e portanto, parece incrível que alguém pudesse chegar a tal compreensão turva pela simples leitura do item 5.13.2.1 do Edital, que é reprodução do art. 6º, VII, da Lei 12.232/10.

Essa maneira ininteligível de interpretar o dispositivo editalício e legal, além de tudo, leva à total conturbação do processo licitatório, impedindo que as empresas sejam julgadas dentro de um critério de isonomia, preconizado pela Constituição Federal, pela Lei 12.232/10 e pela Lei 8.666/93. Imaginar que uma empresa licitante não possa ter uma

superior a outra, ou limitando-se a diferença de pontuação, significa roubar completamente a igualdade entre elas.

O dispositivo foi incluído na Lei 12.232/10, conforme ele mesmo se auto define, para manter o equilíbrio das pontuações que os julgadores podem atribuir a um mesmo quesito ou subquesito em relação a uma mesma licitante. Além disso, é possível acreditar que tal limitação existe para evitar que haja conluio entre algum Membro da Subcomissão e alguma empresa licitante. Assim, se uma mesma empresa em um mesmo quesito recebeu pontuação 5 de um julgador, por exemplo, as notas dos outros julgadores, naquele quesito, para aquele mesma empresa, não podem ser superiores ou inferiores a 20% da nota 5.

Além do mais, encontra-se explícito no edital, em seu item 5.13.1, qual é a pontuação que poderá ser atribuída a cada quesito/subquesito às empresas licitantes e observe-se que não há qualquer limitação para que essa pontuação seja atribuída:

Quesitos/Subquesitos	Pontos
Plano de Comunicação Publicitária	65

Raciocínio Básico	10	
Estratégia de Comunicação Publicitária	25	
Ideia Criativa	20	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10	
Capacidade de Atendimento		15
Repertório		10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10
Pontuação máxima total		**100**

Desta feita, improcede a alegação da recorrente quanto ao erro na atribuição das notas as empresas concorrentes. E desde já, requer-se que o resultado das pontuações seja mantido, pois este obedece os critérios legais e constitucionais de objetividade, de igualdade, imparcialidade, e de respeito ao ato vinculado, entre outros.

2.2. DA ALEGAÇÃO DE QUE A EMPRESA PNA PUBLICIDADE LTDA ULTRAPASSOU O LIMITE ESTABELECIDO NO ITEM 5.3.3.3 DESTE EDITAL.

A empresa requerente ainda aduziu em suas razões que teria a empresa PNA Publicidade Ltda ultrapassado o limite imposto no item

5.3.3.3 do Edital da Concorrência Pública 001/2018, apresentando 11 (onze) peças ao invés de 10 (dez) conforme determinado no item alhures.

Em primeiro lugar é preciso destacar que apresentar quantidade de peças a menor ou a maior não é passível de desclassificação da empresa licitante. Mas, isso não ocorreu, ou seja, a empresa PNA publicidade apresentou a quantidade exata de peças permitida pelo Edital.

Portanto, igualmente sem razão alguma a recorrente, vejamos:

Como dito, a empresa recorrente alega que esta empresa incluiu 11 (onze) peças publicitárias em sua proposta, e apresentou a seguinte lista falsa, completamente sem nexo, e diferente da lista apresentada pela empresa PnA Publicidade.

1. LAYOUT ANUNCIO DE JORNAL PG INTEIRA
2. LAYOUT ANUNCIO DE JORNAL PG INTEIRA
3. LAYOUT CAPA FANPAGE
4. LAYOUT OUTDOOR
5. STORYBOARD VT I
6. STORYBOARD VT II
7. LAYOUT ANUNCIO PG DUPLA PARA REVISTA
8. CARTAZ
9. HOT SITE ROTEIRO SPOT
10. LAYOUT APLICATIVO
11. BANDEIRA FINALIZADA - **PEÇA EXCEDENTE AO NÚMERO PREVISTO**

Nessa lista apresentada pela recorrente, pela simples leitura, constata-se que os itens 1 e 2 acima foram repetidos por ela, na hora que a recorrente inadvertidamente tentou buscar alguma falha na proposta da licitante PNA. E isso, por si só, já afasta a alegação da recorrente porque não condiz com a realidade e porque ela fez uma lista, e errou ao redigir a lista, colocando dois itens iguais.

A lista verdadeira, apresentada pela empresa PnA publicidade, e que se encontra no processo, para ser conferida a qualquer momento, é a seguinte:

1) Bandeirola no formato original da campanha "Essa é a Minha Bandeira";

2) StoryBoard do Vídeo de 60 segundos, título "Minha Bandeira" (em 2 folhas);

3) Roteiro do Spot para rádio de 60 segundos, título - "Minha Bandeira";

4) Arte para Jornal de 1 página;

5) Arte para Revista de 2 páginas;

6) Arte para Cartaz;

7) Arte de Outdoor;

8) Capa Facebook, rede social;

9) Arte das abas do Hotsite www.essaeaminhabadeira.com;
10-) Arte do Aplicativo e abas.

Além de não ser desclassificatória a apresentação de maior ou menor quantidade de peças publicitárias, deve-se ressaltar que na lista falsa criada pela recorrente, esta apresenta como itens separados o "STORYBOARD VT -pag. 1" e "STORYBOARD VT - pag. 2", o qual, na verdade, representa uma ÚNICA peça publicitária, pois não era razoável colocar em uma única folha, para garantir a legibilidade da peça, fato que é permitido pelo Edital. Não há limitação de páginas para apresentação das peças no Edital.

Estatui o item 5.3.3.4, *in verbis*:

> 5.3.3.4 - Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 5.3.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:
> c) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de fingers – entre outros), SERÁ CONSIDERADA UMA PEÇA SE O CONJUNTO TRANSMITIR MENSAGEM ÚNICA;

O referido STORYBOARD, que está na pag. 1 e pag. 2, é uma única peça publicitária posto que transmite uma única mensagem, em continuidade, e não peças diferentes como tenta induzir a recorrente. Apenas estão em duas folhas e não em apenas uma folha, pois, como dissemos, o objetivo era assegurar sua leitura fácil e clara.

Ad argumentandum, ainda que houvesse sido ultrapassado o limite estabelecido no item 5.3.3.3, alínea "a)" poderia a empresa licitante apresentar em dois blocos a campanha proposta.

> 5.3.3.2 - Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na alínea 'b' do subitem 5.3.3 e na alínea 'a' do subitem 5.3.3.3 a relação prevista na alínea 'a' do subitem 5.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

Portanto, também improcede a alegação da empresa recorrente, devendo a empresa PNA Publicidade Ltda ser mantida como classificada no presente certame, visto que não apresentou mais que 10 peças, embora fosse permitido.

3. DO REQUERIMENTO FINAL.

Pelo exposto, respeitosamente requer-se seja o recurso administrativo apresentado pela empresa PWS Publicidade & Propaganda Ltda, considerado TOTALMENTE IMPROCEDENTE conforme as contrarrazões apresentadas acima, e por outras razões de fato e de

direito, dando-se sequencia ao procedimento licitatório nos termos do Edital 001/2018 e da legislação pátria.

Nestes termos,
Pede deferimento.

Porto Velho/RO, 03 de dezembro de 2018.

EURÍPEDES ALEQUIS A CAMPOS
PNA PUBLICIDADE LTDA

Eurípedes Alequis de Alencar Campos
Publicitário - DRT/010
Diretor - PnA Publicidade