

## **RESPOSTA AO RECURSO ADMINISTRATIVO**

**Processo Administrativo Eletrônico - PAE nº** : 617/2022  
**MODALIDADE** : Concorrência Pública - CP 001/2022  
**OBJETO** : Contratação de 1 (uma) empresa especializada (Agência de publicidade e propaganda) - para a oferta de SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE.

### **I - DA TEMPESTIVIDADE DO RECURSO**

O Recurso apresentado pela empresa **CANNES PUBLICIDADE - LTDA**, ocorreu dentro do prazo, em conformidade com o item 4.10 do Edital.

### **II - DOS FATOS**

#### **II.1. Do Recurso Interposto**

A Licitante CANNES PUBLICIDADE - LTDA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 01.542.307/0001-87, sediada à Rua 17-A, nº 933, Setor Aeroporto, Goiânia - GO, CEP.: 74.070.100, telefone: (62) 3219-7000 e/ou (62) 9.9419-6379, e-mail: trafego1@cannes.com.br, por intermédio de seu representante legal Sr. ZANDER CAMPOS DA SILVA, interpôs RECURSO.

Preliminarmente, se concentrou em questionar a avaliação da Subcomissão Técnica em relação ao item “Raciocínio Básico - do Plano de Comunicação Publicitária” apresentado pela Cannes Publicidade. Assim, começou suas alegações citando que a avaliação da Subcomissão deu, à referida Empresa/Licitante, a nota 8,0 no item “Raciocínio Básico” e que todas as justificativas foram favoráveis e que não houve motivos para a perda de pontos. Depois, compara essa avaliação com a avaliação da concorrente “UAU Propaganda”, que recebeu notas superiores para o mesmo item, afirmando ter tido justificativas semelhantes.

A Recorrente também argumenta que a avaliação da Subcomissão Técnica foi subjetiva e feriu as regras do Edital, que a análise deveria ser individualizada e sem permissão da combinação de justificativas ou notas. E continua alegando que a avaliação da Subcomissão foi realizada com falta de objetividade e que a nota da Cannes Publicidade deveria ser ajustada para, no mínimo, obter a mesma nota da concorrente.

Adiante, destaca que apenas um avaliador da Subcomissão Técnica demonstrou coerência em seu julgamento, enquanto os demais deram notas superiores para a concorrente. E continua insistindo em falhas na avaliação da subcomissão técnica responsável pela avaliação, apontando falta de objetividade e coerência na avaliação dos itens “Raciocínio Básico”, “Estratégia de Comunicação Publicitária” e “Ideia Criativa”. Ainda questiona a não avaliação do item “Estratégia de Mídia e Não Mídia” da Cannes Publicidade, alegando que a subcomissão técnica não seguiu o que estava estabelecido no edital.

Além disso, afirma que a Subcomissão Técnica não cumpriu as normas estabelecidas pelo edital na avaliação das propostas técnicas dos licitantes, ferindo os princípios da: objetividade, isonomia e legalidade do processo e pede que a licitação seja dada como fracassada e que o recurso seja encaminhado para a autoridade superior, em conformidade com a Lei nº 8666/93.

A Recorrente, também questionou as notas e justificativas dos avaliadores para o item “Raciocínio Básico” da proposta da Cannes Publicidade e comparadas com as notas e justificativas da concorrente.

No Recurso, ainda tenta discutir sobre a aplicação do inciso VII da Lei 12.232/10, que estabelece que a subcomissão técnica tem o dever de reavaliar a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito. E apresenta um quadro comparativo de notas atribuídas às licitantes em dois quesitos, quais sejam: Estratégia de Comunicação Publicitária e Ideia Criativa, e menciona que os avaliadores Clifton e George desrespeitaram o inciso VII ao atribuir uma nota menor do que o estipulado pela lei para a menor pontuação.

Ao fim, REQUER: o recebimento do presente recurso; que a licitante “H.P. Lira Agência de Publicidade Eireli”, seja desclassificada; que a licitante Cannes Publicidade Ltda., seja declarada classificada e convocada para as próximas sessões. Ainda: que, caso a CPL não tome as decisões acima citadas, seja dada como fracassada a presente Licitação; e, na hipótese de a decisão recorrida não ser alterada, pede o encaminhamento do recurso para autoridade superior.

## **II.2. Das Contrarrazões**

Em apertada síntese, HP LIRA AGÊNCIA DE PUBLICIDADES EIRELI-ME, ora Recorrida e já qualificada no procedimento licitatório epigrafoado, aduziu ter atendido a todos os itens do Edital; que “Jamais, em qualquer momento, tentou influenciar as decisões da Comissão Permanente de Licitação” e que “Respeita e acata as decisões da Subcomissão Técnica, que julgou as propostas técnicas NÃO IDENTIFICADAS, portanto, sem saber a autoria das propostas e utilizando-se de critérios técnicos estabelecidos no edital e não subjetivos, como alega a Cannes Publicidade, numa acusação leviana”.

Ressaltou que a Recorrente cometeu um “absurdo”, ao pedir “que a presente Licitação seja dada como fracassada”, apenas por ter se sentido “injustificada” pela Subcomissão Técnica, a qual, no desempenho do seu trabalho julgou pela proposta técnica que entendeu por melhor, ponderando assim, que a proposta da HP LIRA foi superior, pontuando e justificando cada nota que foi proferida.

E, nesse sentido, a Recorrida invocou o art. 80 do Diploma dos Ritos, ou melhor, do Código de Processo Civil - CPC sustentando possível Litigância de má-fé, inclusive quando a Recorrente tentou “alterar a verdade dos fatos”, “provocar incidente manifestamente infundado” e ainda interpôs recurso com intuito manifestamente Protelatório.

A Recorrida continua: “O fato é que o julgamento das propostas foi realizado à luz da Legislação e em estrito cumprimento a todas as normas do instrumento convocatório, por uma Subcomissão Técnica profissionalmente apta a realizar o julgamento, de forma isonômica”.

Em seguida, afirma que “esse tem sido o *modus operandi* da CANNES PUBLICIDADE nas licitações em que participa, sempre tentando reverter os resultados dos julgamentos com RECURSOS ADMINISTRATIVOS protelatórios. Basta ver as licitações realizadas no Tocantins nos últimos 3 (três) anos, pelo menos, em que a CANNES se utilizou da mesma ferramenta (Prefeitura Municipal de Araguaína, Governo do Estado do Tocantins, Assembleia Legislativa do Tocantins, Ministério Público do Estado do Tocantins, Prefeitura Municipal de Porto Nacional, TCE/TO, Fieto (Sesi/Senai) e outras tantas licitações, nas quais a CANNES PUBLICIDADE sempre apresenta recursos pedindo o "fracasso" da licitação quando não lhe convém o resultado”.

Assevera que a “tentativa da CANNES PUBLICIDADE de confundir e ludibriar a Comissão de Licitação, levando-a ao erro no julgamento técnico, com falsas acusações, no afã de desestabilizar o processo licitatório em questão” é o que “fere os princípios da ISONOMIA, da SELEÇÃO DA PROPOSTA MAIS VANTAJOSA, DA LEGALIDADE, DA IMPESSOALIDADE, DA MORALIDADE, DA IGUALDADE, E DO JULGAMENTO OBJETIVO”.

E, respaldada nisso, a Recorrida finaliza suas Contrarrazões invocando os arts. 337-F e 337-I da Lei 14.133/21 da Nova Lei de Licitações e Contratos, promulgada em 1º de Abril de 2021.

Ao fim, REQUER: que seja indeferido, em sua totalidade, o recurso interposto; que seja indeferido o pedido de "declaração de fracasso" desta Licitação; que permaneçam inalteradas a classificação, a nota técnica e a posição da HP LIRA AGÊNCIA DE PUBLICIDADES EIRELI-ME em primeiro lugar no certame; que seja dada sequência ao processo, de acordo com o Instrumento Convocatório.

### **III - DOS FUNDAMENTOS**

Pois bem. Em que pesem as alegações das partes, nesse momento, se faz imprescindível evidenciar a importância do rigor no cumprimento da Lei e dos Atos Administrativos Públicos.

Visto que o Ato Administrativo Público é espécie de Ato Jurídico, vale destacar que este apresenta características peculiares, com força e sujeição a um regime jurídico de Direito Público.

Dentre tais atributos, consoante a insigne doutrinadora MARIA SYLVIA ZANELLA DI PIETRO, deve-se ressaltar que os Atos Administrativos são dotados de:

I - Presunção de legitimidade e veracidade: pois em decorrência dos fatos e do procedimento (o licitatório), presumem-se verdadeiros os atos praticados pela Administração Pública.

II - Imperatividade: propriedade pela qual os atos administrativos se impõem a terceiros, independentemente de sua concordância.

III - Tipicidade: determinação pela qual, o Ato Administrativo (frisa-se) deve corresponder a figuras previamente definidas pela Lei, como aptas a produzir determinados resultados, *in casu*, o disposto na Lei nº 8.666/93 e no Edital da CP 001/2022.

Primeiramente, vale salientar que a Recorrente, no decorrer de suas exposições, pareceu ter se esquecido de tais atributos, os quais são próprios, típicos do Poder e da Administração Pública.

A mencionada “Tipicidade”, é decorrente do Princípio da Legalidade, o qual afasta a possibilidade da Administração em praticar atos inominados.

Para fundamentar o exposto, traz-se à baila, HELY LOPES MEIRELLES, quando define:

“A legalidade, como princípio de administração (CF, art. 37, caput), significa que o administrador público está, em toda a sua atividade funcional, sujeito aos mandamentos da lei e às exigências do bem comum, e deles não se pode afastar ou desviar, sob pena de praticar ato inválido e expor-se a responsabilidade disciplinar, civil e criminal, conforme o caso”. (Grifos)

Sobre o procedimento em questão, também se faz necessário considerar DIÓGENES GASPARINI, quando dispõe:

“O princípio da legalidade significa estar a Administração Pública, em toda a sua atividade, presa aos mandamentos da lei, deles não se podendo afastar, sob pena de invalidade do ato e responsabilidade de seu autor. Qualquer ação estatal sem o correspondente calço legal, ou que exceda ao âmbito demarcado pela lei, é injurídica e expõe-se a anulação. Seu campo de ação, como se vê, é bem menor que o do particular.

Na Administração Pública, não há espaço para liberdades e vontades particulares, deve, o agente público, sempre agir com a finalidade de atingir o bem comum, os interesses públicos, e sempre segundo aquilo que a lei lhe impõe, só podendo agir *secundum legem*. Enquanto no campo das relações entre particulares é lícito fazer tudo o que a lei não proíbe (princípio da autonomia da vontade), na Administração Pública só é permitido fazer o que a lei autoriza. A lei define até onde o administrador público poderá atuar de forma lícita, sem cometer ilegalidades, define como ele deve agir”. (Sublinhados).

Por fim, se faz merecido o seguinte comentário de HELY LOPES MEIRELLES:

“Na Administração Pública não há liberdade nem vontade pessoal. Enquanto na administração particular é lícito fazer tudo que a lei não proíbe, na Administração Pública só é permitido fazer o que a lei autoriza”. (Grifos)

Na Licitação, o Princípio da Legalidade possui atividade totalmente vinculada, ou seja, falta liberdade para a autoridade administrativa, pois a lei define as condições da atuação dos Agentes Administrativos, determinando as tarefas e impondo excludentes de escolhas pessoais ou subjetivas. Seria inviável subordinar o procedimento licitatório integralmente ao conteúdo de lei. Isso acarretaria a necessidade de cada Licitação depender de edição de uma lei que a disciplinasse. A estrita e absoluta legalidade tornaria inviável o aperfeiçoamento da contratação administrativa. A lei ressalva a liberdade para a Administração definir as condições da contratação administrativa. Mas, simultaneamente, estrutura o procedimento licitatório de modo a restringir a discricionariedade e determinadas fases ou momentos específicos; o que foi obedecido, sobremodo, nesta Concorrência Pública.

Tal Princípio é uma das maiores garantias para os gestores frente o Poder Público. Este representa total subordinação do Poder Público à previsão legal, visto que, os agentes da Administração Pública devem atuar sempre conforme a lei. Assim, o administrador público não pode, mediante mero ato administrativo, conceder direitos, estabelecer obrigações ou impor proibições. No presente caso, a Subcomissão Técnica não poderia ter realizado análise ao seu modo, de forma subjetiva, como tenta, exaustivamente, convencer a Recorrente.

Administração Pública, deve zelar pela legalidade de seus atos e condutas, e para que estes sejam totalmente adequados ao interesse público.

Isso posto, vale sustentar que a conduta da Subcomissão Técnica se mostrou dotada de solidez, porque, a partir do momento em que os técnicos atenderam a todos os requisitos do Edital e, dotados de conhecimentos específicos, fizeram as devidas análises, subentende-se que estas foram pautadas pela Lei e pelos referidos Princípios da Administração Pública.

A propósito, invoca-se os seguintes termos do Edital:

**13.1.** *Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação (CPL) da Fundação e Universidade UnirG, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, as quais serão realizadas pela Subcomissão Técnica.*

**13.9.** *A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 3º, caput, da Lei 8.666/93.*

**14.2.8.4.** *A Subcomissão Técnica desclassificará as Propostas Técnicas que não atenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no Edital; (Destaques).*

A legislação também é precisa, quando dispõe no at. 3º da Lei 8.666/93, *in verbis*:

**Art. 3º** - *A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da*



publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos. (Grifos).

*Data vênia*, a impressão que fica, é que a Recorrente não quer aceitar a análise realizada pela Subcomissão e que está tentando embaraçar o certame de alguma forma. E mais: quando a Fundação UNIRG realiza procedimento licitatório, um de seus maiores interesses é o de obter o melhor serviço pela melhor Proposta e de acordo com as condições do seu Edital.

Contudo, resta demonstrado que todos os requisitos legais e procedimentais foram seguidos pela Subcomissão, bem como pela CPL - Comissão Permanente de Licitação, não restando ensejos para indagações.

Em oportuno, traz-se do Edital:

**14.2.8.7.** *Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, quando solicitado pela **CPL**.*

Noutras palavras, significa asseverar que o Recurso, bem como as Contrarrrazões também foram submetidos à análise da Subcomissão, para respaldo técnico da Decisão desta Presidência da CPL.

Portanto, deve-se considerar a manifestação da Subcomissão Técnica, ANEXA a esta Decisão.

#### **IV - DA CONCLUSÃO**

Em razão dos fatos e fundamentos registrados no Recurso verificou-se pela tempestividade do mesmo, porém não assiste razão o Recorrente, assim, CONHEÇO o recurso interposto pela empresa **CANNES PUBLICIDADE - LTDA**, e, no mérito, julgo IMPROCEDENTE, com base nos procedimentos estabelecidos pelo Edital da Concorrência Pública nº 001/2022, respaldado pela manifestação técnica da Subcomissão e na legislação que rege a matéria.

Ao final, determino que permaneçam inalteradas a classificação, a nota técnica e a posição da HP LIRA AGÊNCIA DE PUBLICIDADES EIRELI-ME em primeiro lugar no certame e que seja dada sequência ao processo, de acordo com o Instrumento Convocatório.

Gurupi - TO, aos 14 de abril do ano de 2.023.

**RHOGER  
GOMES  
COSTA**

Assinado digitalmente por RHOGER GOMES  
COSTA  
ID: C=BR, O=ICP-Brasil, OU=AC OAB, OU=  
37344793000176, OU=Certificado Digital, OU=  
Assinatura Tipo A3, OU=ADVOGADO, CN=  
RHOGER GOMES COSTA  
Razão: Eu sou o autor deste documento  
Localização:  
Data: 2023.04.14 15:31:01-03'00'  
Foxit PDF Reader Versão: 12.1.1

**Rhoger Gomes Costa**

**Presidente da Comissão Permanente de Licitação  
CPL - Fundação UNIRG**

## RESPOSTA AO RECURSO ADMINISTRATIVO SOBRE O JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

**Processo Administrativo:** 2021.02.082831

**OBJETO:** Contratação de 1(uma) empresa especializada (Agência de publicidade e propaganda) - para a oferta de SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE.

A Subcomissão Técnica da Fundação UnirG, constituída pela portaria 1079/2022, reuniu-se, estando presentes os seguintes membros: Lucas Carvalho Silva, George Henrique Aires Borges e Clifton Morais Correa, vem responder aos questionamentos da Cannes Publicidade Ltda. feitos através de Recurso Administrativo;

### I - DOS FATOS

Segundo a recorrente Cannes, houve erros graves presentes na análise desta Subcomissão Técnica alegando ser incabível a nota zero recebida que discorre em sua desclassificação, e solicitar revisão de suas pontuações em diversos itens avaliados, assim, sendo declarada reclassificada e convocada para as demais etapas do processo. Pede por fim, a desclassificação da concorrente H.P. Lira Agência de Publicidade Eireli, apontando eventuais erros na proposta apresentada pela licitante. Tais razões não são consideradas suficientes de desclassificação, e sim, de reanálise de pontuação das licitantes, podendo haver ou não alteração no resultado final. Sobre a reanálise das propostas apresentadas, a fim de atribuir-lhe uma nota pontuação, a subcomissão irá, de acordo com o que foi especificado no decorrer do Recurso, manifestar-se.

### II-FUNDAMENTOS

No entendimento da Subcomissão Técnica todas as licitantes apresentaram erros no Plano de Comunicação em algum momento de suas apresentações, e segundo as análises, apenas uma coube desclassificação ou nota zero por entender que houve em sua apresentação um grave erro estando totalmente errada ou equivocada. Frente ao pedido de reanálise de subitens apontados, a subcomissão verificou as justificativas apresentadas, revisando pontuações quando julgado pertinente. Diante do pedido para a desclassificação de uma concorrente, entende-se que não se justifica por exceder os recursos dispostos, pois caso a campanha apresentada fosse praticada em contrato real, assim como na análise técnica, os erros seriam detectados e corrigidos pelos profissionais da UnirG, levando apenas a perda de pontos pela licitante. Ressaltando que não se trata de agravo ao processo licitatório a escolha de uma agência que cometeu erros, pois qualquer uma das licitantes apresentaram algum tipo de desacerto em suas propostas, a obrigação desta Subcomissão era analisar e pontuar as propostas, zelando sempre pelos princípios básicos que regem este processo licitatório.

### III – DAS IRREGULARIDADES APRESENTADAS NA PROPOSTA DA LICITANTE CANNES PUBLICIDADE

As propostas das licitantes foram avaliadas criteriosamente por uma comissão com capacidade técnica profissional. Cabe a mesma a responsabilidade da avaliação em ser ou não julgada como a pior ou melhor técnica.



Durante a avaliação, observa-se uma grande diversidade de abordagens e variáveis no produto a ser analisado, incluindo diferentes probabilidades classificatórias cuja relevância se manifesta em vista de suas perspectivas, como: o momento do julgamento, a função da avaliação, a procedência dos avaliadores e, por fim, os aspectos das propostas que são objeto da avaliação. Revela-se, portanto, um vasto espectro de configurações e racionalidades.

Embora a avaliação possa assumir inúmeros nuanças em consonância com diferentes perspectivas, a Subcomissão Técnica tem o propósito de analisar a máxima diversidade de abordagens. Tendo como objetivo, ao percorrer a análise teórica sobre as propostas apresentadas, apontar os aspectos subjetivos inerentes à avaliação, especialmente quando a qualidade ocupa posição de destaque nesse processo.

### **RACIOCÍNIO BÁSICO**

Levando em consideração a justificativa apresentada pela recorrente, entendendo que a percepção do conteúdo apresentado, por vezes, é passível de critérios subjetivos consistindo em pequenas diferenças nos resultados obtidos pelas licitantes, e observando em um contexto geral que a recorrente apresentou uma boa proposta, os membros questionados, George e Clifton, concordaram em revisar a proposta apresentada, verificando se em algum quesito existiria a possibilidade de valorizar mais algum ponto positivo. Assim, após nova análise, os membros decidiram por manter a pontuação já definida.

É totalmente cabível e aceitável que ambas propostas possam ser consideradas satisfatórias, e possuir pontuações diferentes.

### **ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

De fato, após reanálise da subcomissão, não foram constatados erros nos apontamentos realizados pela licitante. O questionamento sobre justificativas a respeito dos “veículos” e “meios de comunicação”, são oriundos do Item 11.4.1.2, subitens “d” e “e, onde devem-se apontar elementos sobre “d) A exequibilidade dos meios de comunicação...” e “e) Capacidade de identificar opções de abordagem...”. Assim, permanecendo as avaliações previamente realizadas.

Sobre a análise do avaliador Lucas, em uma observação aos termos “hotsite/landing page”, reavaliou o subquesito verificando a possibilidade de valorizar mais algum ponto positivo.

Durante uma nova análise, não foi constatada equívoco pelo avaliador, já que hotsite nada mais é do que um espaço onde a organização tem a oportunidade de descrever melhor certo produto ou serviço que oferece, enquanto a Landing Page é uma página que conta com todos os elementos voltados à conversão, do visitante ao Lead ou da oportunidade ao cliente.

Ou seja, enquanto a landing page é uma página que tem como objetivo converter e captar leads, o hotsite é um site que serve para divulgar um produto, evento ou serviço durante um tempo determinado.





## IDEIA CRIATIVA

Esta subcomissão entende que não há questionamentos apresentados no recurso, que se refiram aos pontos definidos e apresentados nas planilhas avaliativas, contudo, questiona-se que a análise dos itens não tenha sido realizada de forma "individualizada". É importante ressaltar que ainda que individual, é necessário para nortear os processos um claro, integro e objetivo entendimento do edital que rege todo o trâmite de forma coletiva dos membros participantes.

Assim, reforça-se que a percepção e avaliação das propostas apresentadas coube a cada membro da subcomissão técnica, de forma única e particular, onde a utilização de termos similares e metodologia de julgamento não seja argumento suficiente para descredibilizar a integridade dos profissionais que a compõe.

## DA ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

De acordo com o recurso administrativo apresentado pela licitante, esta Subcomissão Técnica não fez a devida interpretação do conteúdo constante no Edital. Julgado por esta Subcomissão como IMPROCEDENTE, visto que:

- I. O item **8.1.1. Plano de Comunicação Publicitária** é composto pelos itens "8.1.1.1 - Raciocínio Básico; 8.1.1.2 – Estratégia de Comunicação Publicitária; 8.1.1.3 – Ideia Criativa; e 8.1.1.4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia";
- II. O item **8.1.1.4. Estratégia de Mídia e não Mídia** deve ser constituída de:
  - a) Apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função de verba referenciada no Briefing sob forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
  - b) Simulação de plano de distribuição de todas as peças e/ou material destinado à veiculação, exibição, exposição ou distribuição, sob forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas.
- III. Conforme item **8.1.4.2**, relativo a esta questão específica, menciona:
  - a) O texto pertinente ao Plano de Campanha Publicitária está limitado a oito páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente, apenas para separar os textos dos quesitos, a página com a relação prevista na alínea "a" do subitem 8.1.1.3, os roteiros das peças de que trata a alínea "b" do subitem 8.1.1.3 e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes às alíneas "a" e "b" do subitem 8.1.1.4";

Desta maneira, entende-se que, a Licitante não atendeu as especificações necessárias para a devida análise ao exceder o limite de páginas que o Edital estipula. Havendo uma tentativa de distorcer o entendimento do edital, quando se refere que, o texto do item "Estratégia de Mídia e Não Mídia" que deve obrigatoriamente constar nas oito páginas estipuladas, como consta no "Item 8.1.1".

Assim, estando o documento entregue pela recorrente como não suficiente para uma devida análise e avaliação, identificando que a documentação está INCOMPLETA, ferindo o item 4.3 do edital que rege o certame, resta a Subcomissão DESCLASSIFICAR a agência por descumprimento das normas.

## DA PONTUAÇÃO SUPERIOR A 20% (VINTE POR CENTO)

De acordo com o item 11.5.2.1 do edital, "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 [...]".

Para a subcomissão, fica claro que o índice de 20% é aplicado à nota máxima que um quesito poderia receber, neste caso, conforme os subitens 11.5.1 do edital:

- a.1) Raciocínio Básico - dez,
- a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária - vinte,
- a.3) Ideia Criativa - vinte e cinco,
- a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia - dez.

Assim sendo, a diferença das notas para os itens relacionados podem ser:

- a. Raciocínio - 2 pontos;
- b. Estratégia de Comunicação Publicitária - 4 pontos;
- c. Ideia Criativa – 5 pontos;
- d. Estratégia de Mídia e Não Mídia – 2 pontos.

Desta forma, concluímos que as notas atribuídas estão em conformidade com o edital, não havendo necessidade de revê-las ou justificá-las.

Tratando-se do último do pedido no presente Recurso Administrativo, não há possibilidade de pontuar o item mencionado, levando em consideração que extrapola o limite imposto neste edital.

Sendo assim, a subcomissão estando impossibilitada de avaliar, não há como oferecer pontuação a proposta entregue. Ficando o item zerado, e restando desclassificar a licitante.

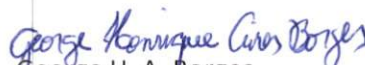
## IV - CONCLUSÃO

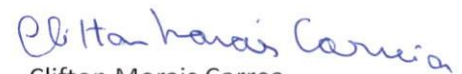
Reforça-se aqui o procedimento foi adotado para todos os quesitos, e a subcomissão teve cuidado em respeitadas as exigências do edital com as devidas justificativas, não identificando, portanto, nenhuma irregularidade em relação ao que foi exigido.

Gurupi - TO, 12 de abril de 2023.

Atenciosamente

  
Lucas Carvalho Silva  
Membro

  
George H. A. Borges  
Membro

  
Clifton Morais Correa  
Membro

## **TERMO DE ACOLHIMENTO**

**LICITAÇÃO DE REFERÊNCIA:** Concorrência Pública nº 001/2022.

**PROCESSO ADMINISTRATIVO ELETRÔNICO - PAE n ° : 617/2022**

**OBJETO: A contratação de uma empresa especializada (Agência) - para a oferta de SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE.**

ACOLHO, NA ÍNTEGRA, a Decisão proferida pelo Presidente e Equipe de Apoio da Comissão Permanente de Licitação da Fundação UnirG - CPL/UNIRG, nos autos do processo em epígrafe.

Gurupi - TO, aos 14 dias do mês de abril de 2023.

**THIAGO PINEIRO  
MIRANDA:96424  
702172**

Assinado de forma digital por THIAGO  
PINEIRO MIRANDA:96424702172  
DN: c=BR, o=ICP-Brasil, ou=AC SOLUTI  
Multipla v5, ou=26857705000113,  
ou=Presencial, ou=Certificado PF A3,  
cn=THIAGO PINEIRO  
MIRANDA:96424702172  
Dados: 2023.04.14 16:54:50 -03'00'

**FUNDAÇÃO UNIRG**  
Thiago Piñero Miranda  
**PRESIDENTE**