

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

**Contrarrazões aos Recursos interpostos**

Em atendimento ao pedido contido no Ofício nº 08/2022 – CPL, gentilmente despachado pela Sra. Presidente da Comissão Permanente de Licitação, a Dra. Hayanne Kliscia Lima da Silva, em 16 de fevereiro de 2022, juntamente com a documentação atinente aos Recursos Administrativos que questionam o resultado do Edital de Concorrência Pública 002/2021 – CPL, da Câmara Municipal de Imperatriz, MA, assim encaminho a devolutiva, diante das considerações apresentadas pelas licitantes H. M. DO NASCIMENTO LTDA. e a D. M. R. PUBLICIDADE, concernentes ao papel que cabe à Subcomissão Técnica.

Em relação aos apontamentos feitos pelos representantes legais de cada concorrente, procedo a reavaliação de ponto por ponto e, ao final, encaminha-se tal devolutiva à CPL.

O primeiro Recurso Administrativo é da concorrente H. M. DO NASCIMENTO LTDA, ao mencionar a concorrente Canal Comunicação Eireli em não atender aos requisitos previstos no Edital, que normatizam a apresentação do Plano de Comunicação Publicitária, Via Não Identificada. Tal é a reclamação onde menciona que a recorrida apresentou na capa do documento supracitado título contendo os dados do edital, como número da concorrência pública e número do processo administrativo, além de mencionar a cidade de origem da recorrida, o que caracterizaria vícios à concorrência pública. Ao se debruçar sobre tal ocorrência, não foi verificada tais ocorrências, inclusive em alguma passagem que pudesse vir a identificar a recorrida.

Quanto à cópia entre os documentos contidos nos Envelopes 01 e 02, cabe à CPL tal procedimento, não sendo responsabilidade desta Subcomissão Técnica.

Em relação a D. M. R. Publicidade e Propaganda Eireli, citada pela H. M. DO NASCIMENTO LTDA, esta afirma que houve marcas de impressão em algumas páginas do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada, o que não se provou ser verdadeiro, tampouco a acusação de que as molduras brancas, que servem para apresentar

*Adlyer*

as peças corporificadas da Campanha Publicitária, não é motivo para desclassificar a referida recorrida, pois é previsto legalmente que o uso ou não da moldura, bem como o uso da cor preta, é tão somente uma recomendação da CPL, o que não vem a causar a desclassificação exigida pela parte Recorrente.

Outra exigência da parte Recorrente é a classificação de sua campanha que, pelas notas dos Avaliadores desta Subcomissão Técnica, ocasionou a sua desclassificação, de modo acertado, pois se trata de uma campanha que não atende às demandas da Câmara de Imperatriz.

Já em relação ao Recurso Administrativo encaminhado pela empresa D. M. R. Publicidade e Propaganda Eireli, seguem as considerações sobre os três pontos de discussão:

1º - Ao rever o Plano de Comunicação Publicitária Não Identificado da empresa Canal Comunicação Eireli, não se verificou a falta de numeração nas páginas do referido documento, tampouco a ordem e disposição dos números arábicos nelas contidos e, logo, não se comprova tal acusação, nem os protestos de tal fato venha a possibilitar a identificação da concorrente citada.

2º - Ao rever o ponto no qual se questiona a estratégia de comunicação publicitária, se a empresa citada veio a exceder o limite previsto para produção e veiculação da campanha, em 120.000,00 (cento e vinte mil reais), quando ela apresenta peça em formato de aplicativo, com custas abaixo da tabela vigente da Fenapro/Sindapro MA. Tal é o entendimento de que não houve vantagem da empresa citada em atribuir o preço, que por sinal obedece o máximo permitido conforme tabela do sindicato das agência de propaganda.

3º - Conforme se depreendeu da peça sob revisão, a proposta de um anúncio para redes sociais foi considerado apenas um exemplo, de acordo com o disposto do Plano de Comunicação Publicitária via não identificada no quesito Ideia Criativa e, portanto, a sua veiculação em redes sociais é de um exemplo, que será distribuído, como também se procede nos demais exemplos de anúncios, como o videoteipe, o spot ou o outdoor, não se contabiliza o número de inserções do anúncio mas, sim, a produção da peça que é o de apenas um exemplo corporificado. Deste modo, este é o equívoco de interpretação da empresa Recorrente, o que vem a improceder seu pedido de desclassificação pelas razões não pertinentes.

*Carla*

Por fim, considera-se mantidas as pontuações e demais condições de classificadas e desclassificadas, para o bom desenrolar deste certame.

Sendo assim, encaminha-se para seguir o curso legal.

At.te



Gideljones Fernandes Sena

Subcomissão técnica

Imperatriz, MA, 21 de fevereiro de 2022.

Imperatriz, MA, 18 de fevereiro de 2022.

**Assunto:** Contrarrazões ao Resultado da Avaliação Técnica

### Contrarrazões

Em cumprimentos a Sra. Hayanne Kliscia Lima da Silva, Presidente da Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Imperatriz que, por meio do ofício nº 010/2022 – CPL, encaminhado no dia 16/02/2022 com os recursos apresentados pelas empresas H. M. do Nascimento Ltda. e D. M. R. Publicidade, referente ao julgamento técnico da Concorrência nº 002/2021, que tem como objeto a Contratação de empresa para prestação de serviços profissionais de publicidade e propaganda à Câmara Municipal de Imperatriz, Maranhão, para que sejam apresentadas as contrarrazões aos referidos recursos, no prazo de até 5 (cinco) dias úteis, a partir da data de recebimento,

Em relação aos argumentos apresentados pela empresa H. M. do Nascimento Ltda. por meio de seu recurso datado de 8 de fevereiro do corrente ano, que aborda as formas de apresentação dos documentos apresentados pelas demais concorrentes deste certame e, ainda, solicita a revisão de sua nota técnica para fins de classificação.

Em primeiro lugar, na parte “1 – DOS FATOS SUBJACENTES” a reclamante discorre que esta Subcomissão a desclassificou por não atender o item “9.3 - A execução dos serviços de que trata o presente contrato deverá sempre ser autorizada expressamente, por escrito, pelo Presidente da Câmara Municipal de Imperatriz/MA.”, ou seja, tal item é relativo à execução do contrato e, portanto, não está na nossa alçada, por se tratar de outra parte do Edital que não é do julgamento técnico.

Em segundo lugar, o item 5.1 a2 não trata da questão colocada pela Reclamante, sendo o correto o item 4 – DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS E



ESTADO DO MARANHÃO  
CÂMARA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ  
Concorrência Pública Nº 002/2021 – CPL  
Processo Administrativo Nº 104/2021  
Tipo: melhor técnica e preço  
Subcomissão Técnica

PROPOSTAS, subitem 4.1, alínea A, que é subdividida entre a1 e a9, que são as normas a serem apresentados os documentos contidos no envelope 01 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – NÃO IDENTIFICADO - APÓCRIFO. Sendo assim, a Reclamante protesta pelo que se segue:

**OCASO:**

A licitante Canal comunicação Eireli , apresentou no envelope nº 1 em sua primeira página usou o número como título o número da concorrência e do processo administrativo datado com sua cidade de origem, sendo que, ao datar o envelope nº 3 usou da mesma expressão, ficando claro que a concorrente teve a intenção de identificar o envelope nº1, antes da abertura do envelope nº2 sendo isto um ato vicioso ao certame. Prova mais cabal que é, que também no envelope nº2 o identificado a empresa licitante não datou com o nome da cidade, haja vista que o envelope nº2 o edital determina no item-5.1-b3

O que pode ser verificado, a revisão deste documento em particular, é o de que a colocação do título do Edital, seu número de processo administrativo e demais informações de caráter público, não traz “vícios” ao certame, conforme erroneamente ressaltou a Reclamante. E, ainda, não houve menção da localidade, no mesmo documento, da recorrida Canal Comunicação Eireli, sendo então infundadas os protestos acima descritos.

Em terceiro lugar, a Reclamante destaca o seguinte:

b.3) O Plano de Comunicação Publicitária - Identificado, sem os exemplos de peças da Ideia Criativa, **deverá constituir-se em uma cópia do Plano de Comunicação - Não Identificado**, mas, com a identificação da licitante e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

A concorrente não datou da mesma forma o envelope de Nº 2, descaracterizando a cópia , o que nos causa estranheza o fato da comissão não atentar para as regras do edital elaborado pela mesma.

Estando sua decisão em desacordo tanto com o próprio edital. como também contra a lei ambos já citados acima.

De acordo com a citação acima, não é do escopo desta Subcomissão Técnica avaliar o Envelope 02 e, portanto, não há de nossa parte consulta ao



ESTADO DO MARANHÃO  
CÂMARA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ  
Concorrência Pública Nº 002/2021 – CPL  
Processo Administrativo Nº 104/2021  
Tipo: melhor técnica e preço  
Subcomissão Técnica

Envelope 02, cabendo a Comissão Permanente de Licitação avaliar este caso específico.

Em quarto lugar, a Reclamante acusa a dissonância da apresentação das peças materializadas pela empresa D. M. R. Publicidade e Propaganda Eireli conforme se sugere no edital, em seu item 4, 4.1, a, a8, que diz o seguinte:

Os exemplos de peças que integram a Ideia Criativa, do Plano de Comunicação Publicitária – Não Identificado, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se às dimensões do envelope nº1 e poderão ser apresentados em papel fotográfico colados em passe-partout preto desde que caiba dentro do envelope/involucro não identificado fornecido pela Câmara Municipal.

A Reclamante assim argumenta:

A licitante D MR Publicidade e Propaganda Eireli, apresentou marcas de impressão nas folhas e nº 1,4,7,9,e 10 do seu caderno de nº1,todas do lado direito, além de apresentar as pranchas na cor branca e coladas uma na outra descumprindo o subitem A3 do item 4,onde fala que as pranchas devem ser na cor preta e soltas.

Em se tratando destas “marcas de impressão”, não me foi possível identificar tais marcas que viessem a correlacionar o Plano de Comunicação Publicitária Não Identificado com a Envelope 03 – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. Quanto ao questionamento das pranchas estarem em passe-partout (moldura) branca, não é razão para a desclassificação da empresa citada, haja vista que o recomendado e moldura na cor preta, embora não venha a ser uma exigência para atender ao pedido da Reclamante, de desclassificar a concorrente desta disputa, por estarem numa moldura na cor branca. De igual modo, não houve a observância de qualquer tipo de “encadernação” das peças materializadas da Ideia Criativa e, portanto, não procede tal reclamação.

E, deste modo, a partir das considerações acima e do pedido de classificação da Reclamante, permanece a Reclamante desclassificada não por



ESTADO DO MARANHÃO  
CÂMARA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ  
Concorrência Pública Nº 002/2021 – CPL  
Processo Administrativo Nº 104/2021  
Tipo: melhor técnica e preço  
Subcomissão Técnica

deixar de atender aos requisitos, mas, sobretudo, pela baixa qualidade técnica apresentada pela sua campanha, de modo geral.

Em relação ao Recurso Administrativo encaminhado pela empresa D. M. R. Publicidade e Propaganda, de 15 de fevereiro último, na qual assim apresenta seus argumentos. Em um primeiro momento, a Reclamante ressalta:

**3. DA IMPERIOSA DESCLASSIFICAÇÃO DA CANAL  
COMUNICAÇÃO EIRELI**

**3.1 VIOLAÇÃO AO SIGILO DA AUTORIA DO PLANO DE  
COMUNICAÇÃO. DESCUMPRIMENTO DA FORMA  
ESTABELECIDADA NO ITEM “4.1, A.4”, DO EDITAL**

Previu o Edital no item “4.1, a.4”, que o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deveria ser apresentado *“com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página”*.

Em outra passagem, a Reclamante assim destaca seu argumento:

Isto posto, depreende-se do Plano de Comunicação Publicitária – Não Identificado apresentado pela CANAL COMUNICAÇÃO EIRELI o desatendimento ao quanto exigido no Edital, eis que a via não identificada contempla numeração sequenciada até a página 15 e, após, uma página em branco, o conteúdo retorna a ser escrito na página 18.

Em revisão ao questionamento acima, assevera-se que não se observa a página em branco, pois ela está devidamente numerada com algarismo arábicos, no canto inferior direito, mantendo a sequência numérica do referido documento, o que não vem a causar identificação da empresa citada ou alguma relação entre os Envelopes 01 e 03, que são ambos objetos de análise desta Subcomissão.

Em segundo momento, a Reclamante observa:



**3.2 DA EXTRAPOLAÇÃO DA VERBA DEFINIDA  
PARA ACAMPANHA. VIOLAÇÃO AO  
ITEM 6.1.1 DO EDITAL.**

A CANAL COMUNICAÇÃO EIRELI, por sua vez, desatendeu ao orçamento total previsto para a campanha. Isto porque, consoante se verifica no resumo geral apresentado pela licitante, o valor total da sua campanha alcançou a monta de R\$ 120.000,00. Todavia, em uma breve análise dos dados consignados na simulação de preços para formação do orçamento da campanha, que o valor consignado para produção do aplicativo, qual tenha sido R\$ 22.650,00 (vinte e dois mil, seiscentos e cinquenta reais), está em franca dissonância com os custos previstos na Tabela FENAPRO/SINAPRO – MA que a licitante disse ter considerado.

O entendimento é que os recursos disponíveis para a aplicação e distribuição de mídia e não mídia cabe a licitante definir a precificação de acordo com a tabela vigente do órgão responsável, que baliza os valores de produção e veiculação das peças publicitárias. Tal foi a interpretação de que os valores alocados pela licitante Canal Comunicação Eireli respeitam os valores máximos permitidos pelo sindicato, o que foi atendido por não exceder o limite máximo indicado na referida tabela da Fenapro/Sindapro. Dito isso, considera-se que a proposta respeita os recursos alocados em produção e veiculação, como também não os extrapola a ponto de exceder o limite. Em relação a vantagem obtida, o Briefing que faz parte do edital prevê a sugestão de peças que venham não somente a atender a Câmara Municipal, mas, também, que sejam inovadoras estratégias em publicidade e propaganda e, assim sendo, a empresa não auferiu vantagem em propor peça com custo menor que a tabela vigente.

E, por fim, em um terceiro momento, a Reclamante aponta para a seguinte questão:

**3.3 DO DESCUMPRIMENTO AOS ITENS “6.1.4, III, b” e “6.1.4, IV, b” DO EDITAL.**

Restou previsto nos itens “6.1.4, III, b” e “6.1.4, IV, b” do edital o que segue abaixo:



ESTADO DO MARANHÃO  
CÂMARA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ  
Concorrência Pública Nº 002/2021 – CPL  
Processo Administrativo Nº 104/2021  
Tipo: melhor técnica e preço  
Subcomissão Técnica

6.1.4. PLANO DE COMUNICAÇÃO desenvolvido pela licitante com base no Anexo IV deste Edital

[...]

III - Ideia Criativa:

IV A CANAL COMUNICAÇÃO EIRELI, todavia, apesar de ter apresentado 5 (cinco) peças corporificadas em sua Ideia Criativa, considerou na Estratégia de Comunicação, na Estratégia de Mídia e Não Mídia e na Simulação que trata a alínea “b”, do item “6.1.4, IV”, do Edital um total de 32 (trinta e duas) peças.

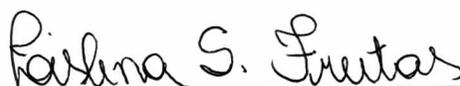
V

VI Isto porque, ao tratar de Conteúdo para Redes Sociais, a Recorrida menciona *“28 postagens no Instagram, diariamente, sendo repostadas também na plataforma Facebook no mesmo período, entre os dias 04 e 31 de março”*

Em nossa interpretação, houve apresentação de tão somente uma peça publicitária, em consonância com a materialização das peças exigidas no Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada, subitem Ideia Criativa, na qual prevê que apenas cinco peças devam ser apresentadas, conforme ocorreu. O equívoco da parte Reclamante reside em confundir a produção com a distribuição do mesmo anúncio, fato que invalida tal reivindicação.

Assim sendo, reitera-se a pontuação da Avaliação Técnica juntamente com os resultados obtidos pelas Concorrentes do Edital.

Destarte, nada mais tendo a tratar, encaminha-se, respeitosamente, à Comissão Permanente de Licitação, para as tomadas de decisões concernentes ao edital.



Lislena Sousa Freitas  
Subcomissão técnica

**Imperatriz, MA, 18 de fevereiro de 2022.**

**De:** Kayla Pacheco Nunes - (Subcomissão Técnica – Cf. Chamada Pública nº 002/2021)

**Para:** Sra. Hayanne Kliscia Lima da Silva - (Presidente da CPL);

## CONTRARRAZÕES

Em retorno ao Ofício nº 09/2022-CPL, no qual solicita parecer sobre os pedidos e questionamentos relativos ao julgamento das Propostas Técnicas apresentadas conforme Edital Concorrência nº 002/2021, da Câmara Municipal de Imperatriz, impetrados pelas empresas concorrentes, tais como a H. M. DO NASCIMENTO LTDA. e a D. M. R. PUBLICIDADE. Diante dos questionamentos, abaixo as respostas com as respectivas justificativas sobre cada ponto mencionado por ambas as empresas, especialmente no que cabe a esta Subcomissão Técnica, sobre os Envelopes 01 – Plano de Comunicação Via Não Identificada e, também, o Envelope 03 – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

A Empresa H. M. DO NASCIMENTO LTDA. apresenta seus argumentos e demais apontamentos sobre possíveis vícios cometidos por esta Subcomissão Técnica:

### “O CASO:

A licitante Canal comunicação Eireli , apresentou no envelope nº 1 em sua primeira página usou o número como título o número da concorrência e do processo administrativo datado com sua cidade de origem, sendo que, ao datar o envelope nº 3 usou da mesma expressão, ficando claro que a concorrente teve a intenção de identificar o envelope nº1, antes da abertura do envelope nº2 sendo isto um ato vicioso ao certame. Prova mais cabal que é, que também no envelope nº2 o identificado a empresa licitante não datou com o nome da cidade, haja vista que o envelope nº2 o edital determina no item-5.1-b3

b.3) O Plano de Comunicação Publicitária - Identificado, sem os exemplos de peças da Ideia Criativa, deverá constituir-se em uma cópia do Plano de Comunicação - Não Identificado, mas, com a identificação da licitante e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

A concorrente não datou da mesma forma o envelope de Nº 2, descaracterizando a cópia ,o que nos causa estranheza o fato da comissão não atentar para as regras do edital elaborado pela mesma.

Estando sua decisão em desacordo tanto com o próprio edital. como também contra a lei ambos já citados acima.

A licitante D MR Publicidade e Propaganda Eireli, apresentou marcas de impressão nas folhas e nº 1,4,7,9,e 10 do seu caderno de nº1,todas do lado direito, além

de apresentar as pranchas na cor branca e coladas uma na outra descumprindo o subitem A3 do item 4, onde fala que as pranchas devem ser na cor preta e soltas.”

Em conformidade com o item "8 – DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS”, esta Subcomissão Técnica não recebe ou vem a ter acesso ao Envelope 02 e, por isso, não é de nossa competência conferir os documentos citados, se são cópias exatas ou não, embora nada se notou, em relação ao Plano de Comunicação Via Não Identificada da Empresa Canal Comunicação Eireli, alguma marca ou sinal que pudesse vinculá-la ao Envelope 03;

Conforme o item “4 – DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS E PROPOSTAS” alínea

**a.3) Os exemplos de peças relativos à Ideia Criativa, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do envelope/involucro nº 01 podendo as mesmas serem apresentadas em papel fotográficos colados em passe-partout preto, para cada peça uma apresentação.**

Tal apontamento desta alínea é o de apenas sugerir o uso de passe-partout preto nas peças corporificadas da Ideia Criativa, sem a obrigatoriedade de se apresentar especificamente em moldura preta, ou seja, o termo “podendo” deve ser interpretado como uma possibilidade, e não uma obrigatoriedade, o que não vem a ser um critério para a desclassificação da Concorrente do certame. Já o questionamento sobre as marcas nas páginas 1, 4, 7, 9 e 10 do Plano de Comunicação Via Não Identificada, da empresa D. M. R. Publicidade e Propaganda, também não vêm a ser indícios que a correlacionem ao Envelope 03, relativo à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

Deste modo, referente ao pedido I de atender à reclamante e, a partir da revisão de sua Nota Técnica, pede que a classifique por ter sido desclassificada pela nota de corte. Porém, há o entendimento equivocado da empresa H. M. DO NASCIMENTO LTDA no qual considera que a média ponderada não seja inferior a 20% em relação as demais concorrentes, pois segundo o item "8 – DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS” subitem

**8.3.2.1 - Se, na avaliação de um quesito ou subquesito, a diferença entre a maior e a menor pontuação for maior que 20% da pontuação máxima do quesito ou subquesito, será aberta discussão entre todos os membros da Subcomissão para**

apresentação, por seus autores, das justificativas das pontuações “destoantes”. Caso as argumentações não sejam suficientes ao convencimento dos membros da Subcomissão, os autores reavaliarão suas pontuações.

Tal é o entendimento desta Subcomissão Técnica é a de que cada quesito ou subquesito refere-se a diferença de 20% **entre as notas lançadas de cada avaliador para a mesma Licitante**, não sendo, deste modo, a diferença de até 20% das médias obtidas entre as concorrentes.

Já a empresa D. M. R. PUBLICIDADE indica três casos em que a Subcomissão Técnica deixou de desclassificar a empresa Canal Comunicação Eireli, que cito a seguir os casos:

**1º)** Deixou de desclassificar a CANAL COMUNICAÇÃO EIRELI por ter descumprido a forma estabelecida no item “4.1, a.4”, do Edital ao numerar de forma não contínua as páginas do Plano de Comunicação Publicitária – Não Identificado, violando o princípio da isonomia, da vinculação ao instrumento convocatório e do julgamento objetivo das propostas técnicas;

**2º)** Deixou de desclassificar a CANAL COMUNICAÇÃO EIRELI por ter descumprido o item “6.1.1” do Edital e ultrapassado a verba estabelecida para a campanha, violando o princípio da isonomia, da vinculação ao instrumento convocatório e do julgamento objetivo das propostas técnicas;

**3º)** Deixou de desclassificar a CANAL COMUNICAÇÃO EIRELI por ter inobservado os itens “6.1.4, III, b” e “6.1.4, IV, b” do Edital, assim como o quanto consignado na RESPOSTA AO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO desta Comissão Permanente de Licitações, datada de 13/01/2022, violando os princípios da isonomia, da vinculação ao instrumento convocatório e do julgamento objetivo;”

Segundo o primeiro item, supracitado, que se refere à numeração de páginas impressas no Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada da concorrente Canal Comunicação Eireli, assim consta em outra passagem:

Isto posto, depreende-se do Plano de Comunicação Publicitária – Não Identificado apresentado pela CANAL COMUNICAÇÃO EIRELI o desatendimento ao quanto exigido no Edital, eis que a via não identificada contempla numeração sequenciada até a página 15 e, após, uma página em branco, o conteúdo retorna a ser escrito na página 18.

*Kaylaphunes*

Neste sentido e voltando a analisar tal referência feita acima, nota-se que o referido documento contém a numeração de página inserida de forma correta, não havendo este “salto” apontado pela reclamante. O que ocorre, neste caso, é a inserção de uma tabela de mídia e não mídia, na qual constam a estratégia de mídia sugerida com os números de páginas no canto inferior direito, contendo os números 16 e 17. Assim, ao verificar se tal erro de fato se comprova, não se confirmou a numeração de página fora da ordem ou, ainda, se estava disposta em outro ponto que não no canto inferior direito, como indicado pela então Requerente.

Outra questão apontada pela Requerente é a identificação da empresa Canal Comunicação Eireli por meio do seu Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada. Novamente, ao revisar o documento sob questionamento, não foi encontrado marca, sinal ou qualquer outro tipo de indício que seja possível identificá-la. Dito isto, não é procedente tal pedido de desclassificação da empresa citada.

Em relação ao segundo ponto, em que a Requerente questiona a precificação de um aplicativo sugerido pela empresa Canal Comunicação Eireli, em sua Estratégia de Comunicação Publicitária, na qual usa como base de referência a tabela da Fenapro/Sindapro – Maranhão, para o período atual, a Requerente ressalta que o preço proposto ultrapassa o limite total da verba disponível para simulação, de 120.000,00 (cento e vinte mil reais) a ser distribuído conforme a estratégia de mídia. Como dito, a tabela do sindicato é usada como referência, sendo o valor nela contido apenas como limite máximo, o que não veio a incorrer em ferir o valor da verba sugerido para o desenvolvimento da campanha ou, também, não se configurou em vantagem obtida pelo valor da peça sob questão. Ao contrário, o que se verificou pela proposta desta peça inovadora, que envolve tecnologia, foi no sentido de garantir a exequibilidade e economicidade, itens que também são da alçada do julgamento técnico, longe de ferir a isonomia que se espera da análise técnica.

E, por último, no terceiro ponto sob revisão, a então Requerente acusa a empresa Canal Comunicação Eireli de ultrapassar o limite previsto no item “Ideia Criativa”, do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada, ao apresentar apenas uma peça para redes sociais, distribuída ao longo do período estipulado da campanha publicitária. Sendo assim, o entendimento é o de que se contabilizou apenas uma peça, e não contabilizar a sua distribuição. Caso assim o fosse, a distribuição das demais peças

eletrônicas, impressas ou digitais também deveriam ser contabilizadas, o que inviabilizaria a tática de mídia adotada pelas licitantes proponentes, ultrapassando, em muito, as cinco peças exigidas no edital.

Em face ao exposto até aqui, diante dos pedidos e demais solicitações que me foi encaminhado pela Comissão Permanente de Licitação, ao se debruçar sobre os documentos citados, reitera-se as pontuações lançadas para cada Licitante, bem como a manutenção das classificadas e desclassificadas, além da posição classificatória.

Sem mais para o momento, deseja-se boa sorte e considerações a esta Comissão Permanente de Licitação, para que sejam seguidos os trâmites legais.

At.te



Kayla Pacheco Nunes

Subcomissão técnica

Imperatriz, MA, 17 de fevereiro de 2022.