DECISÃO

CONCORRÊNCIA N° 03/2023

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PARA O SENAC TOCANTINS

RECORRENTE: CANNES PUBLICIDADE LTDA

FEITO: **RECURSO EM FACE DE PROCEDIMENTO LICITATÓRIO QUE JULGOU AS PROPOSTAS TÉCNICAS DAS EMPRESAS NAMASTÊ PUBLICIDADE PROPAGANDA LTDA E PROPAGANDA DESIGUAL LTDA.**

I - RELATÓRIO

Trata-se de Recurso Administrativo interposto pela licitante **CANNES PUBLICIDADE LTDA** em face da decisão da Subcomissão Técnica, designada pela Portaria Senac n. 06/2023, que analisou e julgou as propostas técnicas das empresas **NAMASTÊ PUBLICIDADE PROPAGANDA LTDA e PROPAGANDA DESIGUAL LTDA.**

Em síntese, a Recorrente alega que: "[...] a concorrente Namastê, em sua Estratégia de Mídia e Não Mídia, incorre em erros insanáveis, que alteram significativamente a sua Proposta Técnica em desvantagem dos demais licitantes e, isso o faz em total desacordo com os itens do Edital da presente licitação, o que leva fatalmente a referida licitante à sua desclassificação, tendo em vista as normas editalícias".

Argumenta que: "[...] a licitante Namastê comete um erro crasso em seu Plano de Mídia e Não Mídia ao não efetuar corretamente o cálculo de soma de todos os custos envolvidos, especificamente, equivocando-se ao somar o valor planejado pela referida licitante de R$ 16.238,00, referente à veiculação no meio TV. Como se pode verificar facilmente pelo print abaixo, da página 8, de seu Plano de Comunicação"

Salienta que: "Em relação ao meio Internet, consta também a criação de 4 peças para o feed do Facebook, no entanto, NÃO CONSTA O CUSTO TOTAL DESSAS 4 PEÇAS, apenas de 01 (uma) peça, no valor de R$ 2.184,00 para a criação, sendo que, o

valor correto para a Criação desses itens seria de R$ 2.184,00 multiplicado por 4, o que resultaria um total de R$ 8.736,00, de acordo com a tabela Sinapro/TO, mas esse não é o valor que consta na tabela da licitante em questão, Namastê."

Ainda acrescenta: "[...] no mesmo item, a licitante prevê a adaptação dos 4 layouts referidos acima para um outro formato, o formato story de (1080x1920)px, e não relaciona os custos de adaptação para os mesmos, sendo que a tabela Sinapro/TO prevê o valor de 50% sobre o valor de Criação, ou seja, R$ 2.184,00 multiplicado por 50%, o que seria R$ 1.092,00 para adaptação de cada peça e, portanto, um valor total de adaptação das 4 peças de R$ 4.368,00.

Continua sob a alegação de que: "Ainda no meio Internet, na tabela apresentada pela licitante, à página 8, no item sobre a "Criação e adaptação para anúncio feed e story Instagram", verificou-se o mesmíssimo erro, em total desacordo com o Edital. Novamente a licitante apresentou apenas o custo de 01 (uma) peça, no valor de R$ 2.184,00 para a Criação, sendo que o correto seria a apresentação dos custos totais para o número de 04 peças, ou seja, R$ 2.184,00 multiplicado por 4, o que resultaria no valor correto para a Criação desses itens, de R$ 8.736,00, de acordo com a tabela Sinapro/TO"

Comenta ainda que: "Se não bastassem os erros indicados acima, a licitante Namastê ainda incorreu em outro erro, ao não relacionar o custo de Criação da peça Web banner, prevista para as peças indicadas como "Recurso Próprio", no entanto, o fato de o cliente possuir um site, onde se pode veicular um web banner não exime a campanha da licitante em questão do custo de Criação. Portanto, faltou à licitante Namastê, inserir esse valor, de acordo com a tabela Sinapro/TO. Confira abaixo print de trecho da tabela, página 9 do Plano de Comunicação da licitante, em que é prevista esta peça:"

Ao final pede a desclassificação da empresa Namastê:

Por NÃO APRESENTAR CORRETAMENTE O VALOR TOTAL DA MÍDIA, EXCLUINDO O VALOR REFERENTE AO MEIO TV, em sua Estratégia de Mídia e Não Mídia;

NÃO APRESENTAR OS VALORES DE CRIAÇÃO E PRODUÇÃO PARA TODOS OS 4 VT'S DE 15" PREVISTOS em sua Estratégia de Mídia e Não Mídia;

NÃO APRESENTAR O CUSTO TOTAL DE CRIAÇÃO DE 4 PEÇAS PARA O FEED DO FACEBOOK, previstas em sua Estratégia de Mídia e Não Mídia;

NÃO APRESENTAR O CUSTO DE ADAPTAÇÃO DE 4 PEÇAS PARA O FORMATO STORY DO FACEBOOK, previstas em sua Estratégia de Mídia e Não Mídia;

NÃO APRESENTAR O CUSTO TOTAL DE CRIAÇÃO DE 4 PEÇAS PARA O FEED DO INSTAGRAM, previstas em sua Estratégia de Mídia e Não Mídia;

NÃO APRESENTAR O CUSTO DE ADAPTAÇÃO DE 4 PEÇAS PARA O FORMATO STORY DO INTAGRAM, previstas em sua Estratégia de Mídia e Não Mídia;

NÃO APRESENTAR O CUSTO DE CRIAÇÃO DA PEÇA WEB BANNER, prevista em sua Estratégia de Mídia e Não Mídia;

NÃO APRESENTAR O CUSTO DE DISTRIBUIÇÃO DA PEÇA CARTAZ, prevista em sua Estratégia de Mídia e Não Mídia;

NÃO APRESENTAR OS CUSTOS DE ENVIO EM MASSA, ATRAVÉS DA PLATAFORMA WHATSAPP, prevista em sua Estratégia de Mídia e Não Mídia;

TER ESTOURADO A VERBA DA CAMPANHA, na sua Estratégia de Mídia e Não Mídia, criando uma campanha no valor de R$ 205.537,26;

De outro lado, a recorrente alega que: "[...] a concorrente Desigual, em sua Estratégia de Mídia e Não Mídia, incorre também em erros fatais, que alteram significativamente a sua própria Proposta Técnica em desvantagem dos demais licitantes e, isso faz, mas totalmente em desacordo com o que regem os itens do edital da presente licitação, o que leva inexoravelmente a referida licitante à sua desclassificação, diante da necessidade inescapável de obedecer às normas editalícias. Tais erros fugiram ao julgamento da Subcomissão Técnica, no entanto, relacionamos a seguir e aguardamos o devido provimento do presente recurso, em vista do que apresentamos. Relembremos, então, em relação ao item Estratégia de Mídia e Não Mídia"

Aduz que:

> "[...] há claramente uma irregularidade no valor do Spot, que desrespeita o que o Edital determina, uma vez que o correto seria o valor de R$ 4.836,00 para a Criação do mesmo somado ao valor de Produção. Em relação a esse valor de Produção, não há como a licitante se furtar a relacionar um custo que é real e que não foi devidamente relacionado nas tabelas de custo apresentadas pela

referida licitante. Este custo de produção fica, em média, em torno de R$ 1.800,00, a depender da produtora ou empresa responsável (vide custos da Cannes Publicidade e das demais concorrentes deste processo licitatório). Ora, ilustríssimo presidente, não se trata aqui de um erro de mera formalidade, em absoluto, um erro dessa grandeza compromete todo o orçamento da campanha, fazendo com que a mesma ultrapasse o limite estabelecido pelo Edital, de "Até R$ 100.000,00". Se a licitante assim o fez, a ela foi permitido utilizar-se de outros recursos em sua campanha que as demais participantes não puderam utilizar em virtude do limite financeiro da campanha estabelecido pelo Edital. Obviamente, permitir que este erro seja admitido seria aceitar que esta licitante em questão mereceria um tratamento diferenciado, o que não se espera aqui, de forma alguma, neste processo licitatório.

Alega que: "[...] agência Desigual se valeu, que é a ferramenta Whatsapp com DISPAROS EM MASSA, sem que a mesma previsse em seu Plano de Mídia e Não Mídia os custos respectivos para essa ferramenta, ou seja, como se o Whatsapp fosse NÃO MÍDIA, e não tivesse custos, O QUE NÃO CONDIZ COM A VERDADE, EM ABSOLUTO. Confira abaixo o trecho do Plano de Mídia e Não Mídia da referida licitante sobre esta ferramenta, o Whatsapp, no item "Estratégia de não mídia ", página 10 do Plano de Comunicação da referida licitante"

Conclui que: '[...] a proposta apresentada pela Desigual, ao não explicitar a possibilidade de OPT IN ou OPT OUT por parte do usuário, impacta "A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, que dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural."

Ao final pede a desclassificação da empresa Propaganda Desigual Ltda por ter APRESENTADO UM CUSTO IRREAL, DE ACORDO COM A TABELA SINAPRO/TO, REFERENTE À PEÇA SPOT, prevista em sua Estratégia de Mídia e Não Mídia;

NÃO TER APRESENTADO O CUSTO DE PRODUÇÃO REFERENTE À PEÇA SPOT, prevista em sua Estratégia de Mídia e Não Mídia;

NÃO APRESENTAR OS CUSTOS DE ENVIO EM MASSA, ATRAVÉS DA PLATAFORMA WHATSAPP, prevista em sua Estratégia de Mídia e Não Mídia;

POR TER ESTOURADO A VERBA DA CAMPANHA EM R$ 11.243,00, na sua Estratégia de Mídia e Não Mídia;

Sobre o julgamento da Subcomissão Técnica o Recorrente alega que: "[...] nas planilhas de julgamento apresentadas, não consta a JUSTIFICATIVA da avaliação destes itens, de forma individualizada. Portanto, como ter a certeza de que a Subcomissão Técnica seguiu os critérios do Edital? Na ficha do "Anexo X" consta, de forma clara os diversos itens a serem julgados pela Subcomissão, item por item, no entanto, o que aparece é o julgamento do CONJUNTO dos itens da Ideia Criativa e a seguinte justificativa, no caso específico da Cannes Publicidade: "Faltou simplificar a ideia, faltou diversidade no uso das imagens e cuidado no uso das cores", sendo que, a nota para este quesito foi 10,00 de um total de 15,00."

Argumenta ainda que: "[...] faltou Objetividade à Subcomissão Técnica ao analisar item a item, da Ideia Criativa e não o CONJUNTO, o que abre espaço para a subjetividade da avaliação."

Ao final pede as notas da licitante Cannes Publicidade Ltda. sejam majoradas para cima no item Ideia Criativa do Edital, em virtude de ter atendido ao solicitado no briefing;

Que a licitante Cannes Publicidade Ltda., seja declarada classificada em primeiro lugar e convocada para as próximas sessões.

Em contrarrazões, a Recorrida PROPAGANDA DESIGUAL LTDA. ME sustenta que:

> "[...] a proposta feita pela Empresa Propaganda Desigual é a mais vantajosa, visto que atendeu de forma pontual a premissa da economicidade, a qual possibilitou que os custos fossem reduzidos. Assim, ao invés de apresentar o valor levantado pela Empresa Cannes Publicidade que corresponde ao montante de R$ 6.636,00 (seis mil, seiscentos e trinta e seis) - equivalentes à somatória de R$ 4.836,00 + R$1.800,00 –, a Empresa Propaganda Desigual apresentou um valor mais satisfatório, ou seja, uma economia de R$ 3.503,00 (três mil, quinhentos e três reais) em relação à quantia arguida pela concorrente:

A Recorrida afiança que: "[...] está comprovado que: (i) o valor apresentado está em conformidade com as disposições do edital (Doc.02), bem como não afronta a TABELA SINAPRO/ TO (Doc.04); (ii) o custo de produção e criação da peça SPOT no valor de R$ 3.133,00 (três mil, cento e trinta e três reais) não apresenta irregularidades, posto que a própria tabela Sinapro/TO prevê a possibilidade de redução dos valores; (iii) e o orçamento apresentado não extrapola o limite estabelecido no instrumento convocatório de R$ 100.000,00 (cem mil reais)."

Ao final pede que o Recurso apresentado pela Recorrente não receba provimento.

A Recorrida Namastê Publicidade Propaganda Ltda não apresentou contrarrazões.

A subcomissão técnica instada a se manifestar asseverou que: "Com relação aos valores totais citados no recurso, como relação à empresa Namastê, esta Comissão informa que, de fato, tal erro foi cometido"

De outro, no tocante a empresa Desigual, a subcomissão destaca que:

> "[...] não incorre em tal erro, visto que apresentou proposta dentro dos valores, utilizando-se, inclusive, de estratégia que visou economicidade da proposta. A estratégia utilizada pode ser conferida na página 22 da Tabela do Sinapro, no item COMERCIAL PARA TELEVISÃO (criação, roteiro e texto), há uma situação chamada reaproveitamento, que foi a estratégia utilizada."

No que tange a questão do uso da ferramenta WhatsApp a Subcomissão Técnica afiança que: "[...] é possível utilizar tal estratégia sem custos financeiros, uma vez que as peças podem ser utilizadas em grupos de alunos, entre outras estratégias, cuja autorização já foi feita no ato da matrícula, portanto, a ideia foi aceita. (...) Sendo assim, não há o que se falar de OPT IN ou OPT OUT no WhatsApp, tendo em vista que o envio de mensagem aos alunos é de responsabilidade do Senac – TO"

Em relação aos critérios avaliativos, a Subcomissão Técnica esclarece que: "Diante desses critérios, percebe-se que toda a análise técnica se baseia em pontos

objetivos, se fazendo necessário o desenvolvimento de algumas características, como conhecimentos sobre o objeto de interesse/tema para resolver problemas, a partir de informações de ambientes internos e externos, análises do processo de planejamento das peças, pois as mesmas não ocorrem de simples insights.

O Recurso é próprio, tempestivo e subscrito por representante legal da licitante, devendo o mesmo ser conhecido.

Em síntese é o relatório.

II - FUNDAMENTAÇÃO

Insurge-se a Recorrente contra decisão da Comissão de Licitação que habilitou as empresas **NAMASTÊ PUBLICIDADE PROPAGANDA LTDA E PROPAGANDA DESIGUAL LTDA.**

Inicialmente é forçoso salientar que o Senac/TO caracterizasse como serviço social autônomo integrante do denominado Sistema "S", instituído por lei, possui personalidade de direito privado e não têm fins lucrativos. É um ente paraestatal, no sentido de que atua ao lado do Estado, mediante o desempenho de atividades não lucrativas, não integrando a Administração Direta (União, Estados, Municípios e Distrito Federal), nem tampouco a Indireta (Autarquias, Fundações Públicas, Sociedades de Economia Mista e Empresas Públicas).

Neste entendimento, as Decisões 907/97, de 11/12/1997 e 461/98, de 22/7/1998 do Plenário do Tribunal de Contas da União, consolidaram a interpretação de que os Serviços Sociais Autônomos do qual o Senac/TO é parte integrante, não estão sujeitos aos procedimentos da Lei nº 8.666/93 e sim aos seus regulamentos próprios devidamente aprovados e publicados, senão vejamos:

> "1.1 – improcedente, tanto no que se refere à questão da "adoção" pelo SENAC/RS, da praça pública Daltro Filho, em Porto Alegre – RS, quanto no que tange aos processos licitatórios, **visto que, por não estarem incluídos na lista de entidades enumeradas no parágrafo único do art. 1º da Lei 8.666/93, os serviços sociais autônomos não estão sujeitos à observância dos estritos procedimentos na referida lei, e sim aos seus regulamentos próprios devidamente publicados;**" (TCU, Decisão 907/1997 – Plenário, Min. Rel. Lincoln Magalhães da Rocha).6 (grifos nossos)

Por tais razões, já no preâmbulo do edital de licitação na modalidade Concorrência 03/2023, depreende-se claramente que o certame é regido exclusivamente pelos critérios de aceitabilidade contidos no referido instrumento convocatório, regido pela Resolução SENAC nº 958/2012, de 18.09.12, de seu Conselho Nacional, publicada no DOU em 26.09.12. O processamento e julgamento serão realizados pela Comissão Permanente de Licitação designada através da Portaria nº 80/2022, do Conselho Regional do SENAC/TO, não havendo, pelas razões exposadas acima, remissão a Lei 8.666/93 e Lei Complementar nº 123/2006.

Pois bem.

De antemão, convém ressaltar que a matéria posta possui caráter eminentemente técnico, por conseguinte as conclusões exaradas pela Subcomissão Técnica do Senac/TO servem para nortear a construção do juízo decisório desta gestão.

Por tal razão, sem maiores digressões, ficou assentado pela referida Subcomissão que assiste razão a Recorrente no tocante aos fundamentos do Recurso em desfavor da empresa Recorrida Namastê Publicidade Propaganda Ltda, visto que fora identificado erros nas planilhas de valores, merecendo guarida as razões recursais neste particular para desclassificar do certame a referida empresa.

Já em relação a empresa Recorrida PROPAGANDA DESIGUAL LTDA. ME a Subcomissão Técnica é categórica em afirmar que não incorre em tal erro, visto que apresentou proposta dentro dos valores, utilizando-se, inclusive, de estratégia que visou economicidade da proposta.

Em relação aos critérios técnicos avaliativos da lavra da Comissão Técnica não se vislumbra nenhum ato que retire sua credibilidade ou coloque em dúvida a sua capacidade técnica para perpetrar seu julgamento. Em sua manifestação acerca das razões recursais restou muito claro que a mesma fez uso de critérios eminentemente técnicos em sua avaliação, não havendo elementos fáticos ou técnicos que deem ensejo a reforma de seu julgamento.

Em relação ao questionamento acerca da ferramenta WhatsApp a Subcomissão não deixa dúvidas que é possível utilizar tal estratégia sem custos financeiros, uma vez que as peças podem ser utilizadas em grupos de alunos, entre outras estratégias, cuja autorização já foi feita no ato da matrícula, portanto, a ideia foi aceita. Sendo assim, não há o que se falar de OPT IN ou OPT OUT no WhatsApp, tendo em

vista que o envio de mensagem aos alunos é de responsabilidade do Senac – TO. Não subsistindo assim alguma razão ao Recorrente.

Desta forma, a atuação da Comissão Permanente de Licitação em conjunto com a Subcomissão Técnica do Senac/TO atendeu estritamente ao estabelecido no edital, em especial aos 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 e com observância expressa ao princípio constitucional da isonomia entre os licitantes.

III - DISPOSITIVO

Ante o Exposto, conheço do recurso interposto, eis que presentes os pressupostos subjetivos e objetivos de sua interposição, para, no mérito, **DAR-LHE** parcial provimento no sentido de desclassificar a empresa **NAMASTÊ PUBLICIDADE PROPAGANDA LTDA**, mantendo incólume a decisão da CPL, devendo pois ser mantida por seus próprios fundamentos, eis que o presente Processo Licitatório se desenvolveu de forma válida e regular, garantido a todos os licitantes igualdade de tratamento e todos os meios de acesso à informação e recursos a ele inerentes, não estando presente nenhuma ilegalidade ou motivo que justifique a sua reforma.

Registre-se a presente decisão e publiquem-se seus termos para que sejam conhecidos por todos os interessados, em conformidade com o previsto no competente Edital da Concorrência Pública n.º 03/2023, e, em seguida, retome-se o curso normal do processo licitatório.

Palmas - TO, 19 de abril de 2023.

Lunah Brito Gomes
Diretora Regional
Senac Tocantins