

ILMO. SR. PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DO COREN – SP.

CONCORRÊNCIA Nº 02/2023

PROCESSO Nº 0447/2023

ÁREA COMUNICAÇÃO PROPAGANDA E MARKETING LTDA., CNPJ 06.866.550/0001-74, com endereço à Rua Uruana, 93 – Vila Mariana – São Paulo-SP – CEP. 04108-040, através de seu procurador devidamente credenciado para o presente processo, Sr. Emerson Antonio Pagani, brasileiro, solteiro, portador da Carteira de Identidade nº 32.018.766-4 e do CPF 215.295.288/01, residente e domiciliado em São Paulo, SP, na Rua Castro Alves, 612, apto 193, Aclimação, CEP 01532-000, vem, apresentar tempestivamente, **CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO** interposto por **KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA**, nos seguintes termos:

I. DA SÍNTESE RECURSAL

Em suma, a recorrente se insurge contra sua desclassificação quando da realização da 1ª sessão do dia 05 de fevereiro de 2024.

Alega que sua desclassificação ocorreu em virtude de uma suposta influência indevida de algumas licitantes (não citando a recorrida Área Comunicação) aos membros da Comissão Especial de Licitação, induzindo em sua decisão pela desclassificação da recorrente.

Alega um eventual conluio entre licitantes (não citando a recorrida Área Comunicação) em que supostamente se visa frustrar a competitividade por meio da eliminação da concorrente.



São Paulo / SP
Rua Uruana, 93
Vila Mariana
CEP 04019-070
11 5594-0288

Atibaia / SP
Rua Dr. Luiz Alberto Vieira
dos Santos, 18 – Sala 115
Centro
CEP 12941-030



www.naarea.com

A recorrida apenas cita a ausência de comprovação de vínculos profissionais apresentados na Capacidade de Atendimento, o que traria o seu alijamento do certame.

Ao final, a recorrente requereu em face da requerida Área Comunicação a sua desclassificação. Formulou ainda pedido de reclassificação do certame, ou que seja, considerado fracassado, determinando-se a republicação do Edital com novo briefing.

Eis a síntese do necessário.

II. Das Contrarrazões.

II.I DO TOTAL CUMPRIMENTO DAS EXIGÊNCIAS DO EDITAL PELA RECORRIDA ÁREA COMUNICAÇÃO E EM ESPECIAL QUANTO A CAPACIDADE DE ATENDIMENTO.

A recorrente em sua peça recursal, mais precisamente no item IV – Das Razões, subitem IV.1 - Alijamento das Licitantes (Capacidade de Atendimento), realiza vagas e incongruentes ilações sobre um eventual descumprimento do teor editalício pela recorrida Área Comunicação.

Porém, como restará demonstrado, houve uma proposital confusão argumentativa da recorrente, no nítido intuito de levar a Comissão Especial de Licitação a erro. O que beira à litigância de má-fé!

Ora, a infértil manobra argumentativa da recorrente está totalmente equivocada no que se refere à exigência do edital em relação à apresentação de comprovações de vínculos profissionais.

A confusão feita pela recorrente é patente no que diz respeito à leitura na ordem correta e compreensão textual do conjunto de documentos que



São Paulo / SP
Rua Uruana, 93
Vila Mariana
CEP 04019-070
11 5594-0288

Atibaia / SP
Rua Dr. Luiz Alberto Vieira
dos Santos, 18 – Sala 115
Centro
CEP 12941-030



regram o processo licitatório, agravados, talvez, pela tentativa desmedida de desqualificar o mesmo processo e sua Comissão Especial de Licitação, demonstrado claramente na forma e no tom que apresenta seu recurso.

Insta consignar que os subitens 23.2.6, alínea “e” e 31.6. do edital sob os quais a recorrente tenta embasar seus argumentos estão citados de forma incompleta e descontextualizada, o que coaduna com a má-fé mencionada.

O item 23.2. do qual o subitem 23.2.6. faz parte, rege os ritos burocráticos a serem seguidos durante a 1ª Sessão. Ou seja, versa sobre o credenciamento das agências licitantes e a forma de recebimento de todos os invólucros, bem como a verificação destes materiais e o cumprimento preliminar da forma de entrega, como a não identificação nos casos assim exigidos pelo edital, rubricas necessárias, lacres e outros elementos ainda apenas centrados na entrega dos invólucros.

A partir deste momento, se todas as licitantes estiverem expressamente conforme as decisões tomadas pela Comissão Especial de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação têm continuidade conforme o previsto no edital. Caso contrário, a comissão divulga o resultado na forma do item 21, abrindo-se prazo para a interposição de eventuais recursos.

Apenas para clarear o entendimento, o item 21. versa sobre a Divulgação dos Atos Licitatórios, prevendo que “a juízo da Comissão Especial de Licitação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial da União é obrigatória: a) nas sessões de recebimento e abertura de invólucros; b) no Portal do Coren-SP; e c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.”

O subitem 23.2.6. completo, e não apenas o trecho citado pela empresa recorrente, nos revela:



São Paulo / SP
Rua Uruana, 93
Vila Mariana
CEP 04019-070
11 5594-0288

Atibaia / SP
Rua Dr. Luiz Alberto Vieira
dos Santos, 18 – Sala 115
Centro
CEP 12941-030



www.naarea.com

“Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência, ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital e seus anexos;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 1;

d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão Especial de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital e seus anexos, devendo a licitante apresentar comprovação de vínculo dos profissionais apresentados na Capacidade de Atendimento, sob pena de ser alijada do certame; e

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão Especial de Licitação, na devolução dos Invólucros nº 3.”

Sendo assim, a parte citada pela reclamante é aquela que prevê a análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas



São Paulo / SP
Rua Uruana, 93
Vila Mariana
CEP 04019-070
11 5594-0288

Atibaia / SP
Rua Dr. Luiz Alberto Vieira
dos Santos, 18 - Sala 115
Centro
CEP 12941-030



de Comunicação) das licitantes, etapa esta que ainda está por vir. E para a qual a Subcomissão Técnica usará como critério de análise os especificados neste Edital e em seus anexos.

No caso do quesito (Capacidade de Atendimento) a forma de apresentação das informações está bem definida no item 9. do mesmo edital, Recebimento das Propostas e dos Documentos de Habilitação.

Conforme se verifica, tal quesito (Capacidade de Atendimento) deve ser entregue no Invólucro nº 3, juntamente com o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. O edital ainda, em seu subitem 11.6, já adianta que no quesito Capacidade de Atendimento deverá ser apresentado as informações que o constituem em caderno específico, **conforme especificações e orientações do subitem 9.3.13 do Anexo I – Projeto Básico.**

E apenas complementa que ele não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

Ou seja, todas as especificações e orientações detalhadas quanto à apresentação da Proposta Técnica que inclui o quesito Capacidade de Atendimento é **descrita no item 9 do Anexo I – Projeto Básico, veja:**

No item 9 do Anexo I – Projeto Básico, para o quesito Capacidade de Atendimento é solicitado:

9.3.14. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabela, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante deverá apresentar;

9.3.14.1. Relação nominal de seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

9.3.14.2. Quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição



São Paulo / SP
Rua Uruana, 93
Vila Mariana
CEP 04019-070
11 5594-0288

Atibaia / SP
Rua Dr. Luiz Alberto Vieira
dos Santos, 18 – Sala 115
Centro
CEP 12941-030



do contratante quando da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

9.3.14.3. Infraestrutura e instalações que estarão à disposição do Coren-SP para execução do contrato;

9.3.14.4. Sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

9.3.14.5. Relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Coren-SP, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

9.3.15. A licitante deverá apresentar Capacidade de Atendimento em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.3.16. O caderno específico mencionado no subitem precedente não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste.

Portanto, não há se falar em descumprimento das regras editalícias pela recorrida, eis que, em nenhum momento, há exigência da comprovação citada pela recorrente. Pelo contrário, qualquer tipo de comprovação só é citada no Anexo XI - Minuta do Termo de Contrato, em seu subitem 5.1.19., já quando a agência vencedora do certame deverá fazer as devidas comprovações, no prazo máximo de 30 (trinta) dias consecutivos após assinatura do contrato.

Ademais, o subitem 31.6. é ainda mais claro, pois ele apenas afirma que os profissionais indicados para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, ainda admitindo eventual substituição dos profissionais futuramente se necessário. O subitem apenas lembra que os profissionais indicados pela licitante na Capacidade de Atendimento deverão possuir vínculo com a Agência a ser comprovado futuramente.



São Paulo / SP
Rua Uruana, 93
Vila Mariana
CEP 04019-070
11 5594-0288

Atibaia / SP
Rua Dr. Luiz Alberto Vieira
dos Santos, 18 – Sala 115
Centro
CEP 12941-030



Dessa forma, descortina-se a confusão feita pela recorrente, intencionalmente ou por dificuldade de compreensão do processo licitatório, que fez uma leitura absolutamente fora da ordem e ainda afronta a autoridade da Comissão de Licitação e a própria soberania do Edital e do Projeto Básico que o origina e que, inclusive, se sobrepõe a ele, conforme estampado em seu Item 1 – Objeto, subitem 1.9., *in verbis*:

“No caso de divergência entre o conteúdo deste Projeto Básico e o do Estudo Técnico Preliminar ou o do Edital ou o do Contrato, deverá prevalecer o conteúdo previsto neste Projeto Básico.

Pelo exposto, resta patente a improcedência das alegações exaradas pela recorrente, eis que desprovida de fundamentos minimamente válidos, não merecendo guarida.

II.II. QUANTO AO ITEM IV.2 DO RECURSO - INFLUENCIAR A COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO NO PROCESSO DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICA.

Em que pese a recorrida não ter sido citada no (IV.2 - Influenciar a Comissão Especial de Licitação no Processo de Julgamento das Propostas Técnica) do Recurso interposto pela licitante Klimt, cumpre esclarecer que a recorrente Klimt deveria sim ser desclassificada, já que não cumpriu o estabelecido no Edital e retificado nos Esclarecimentos 2 e 10, emitidos pela licitadora.

Em sua tentativa desesperada de sair vencedora do certame, tentando desclassificar atabalhoadamente as demais concorrentes, fazendo leituras equivocadas e maliciosas do edital, ignorando o Projeto Básico e os Esclarecimentos emitidos, descurou em observar que estava claramente vetado para o exercício técnico proposto o uso de patrocínio para as mídias digitais.

O Anexo I – Projeto Básico, em seu subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia, estabelece que serão considerados recursos de mídia e de não



São Paulo / SP
Rua Uruana, 93
Vila Mariana
CEP 04019-070
11 5594-0288

Atibaia / SP
Rua Dr. Luiz Alberto Vieira
dos Santos, 18 – Sala 115
Centro
CEP 12941-030



mídia e explica o que a estratégia deverá contemplar. No entanto, por não explicitar detalhes sobre Mídias Digitais, acabou por gerar dúvidas em várias licitantes quanto à possibilidade de seu uso e à forma adequada de utilização.

Em razão dessas dúvidas serem fundamentais para a elaboração da estratégia de mídia a ser adotada, dois questionamentos foram feitos à Comissão Especial de Licitação, que os esclareceu de forma muito objetiva nos Esclarecimentos nº 2 e 10, emitidos respectivamente em 10 de janeiro e em 1 de fevereiro de 2024.

São eles:

- Esclarecimento nº 2 - Questionamento 2

No mesmo item, alínea “b), não devem ser incluídos na estratégia de mídia da simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços. A veiculação de formas inovadoras de mídia, como redes sociais e buscadores (ex.: Facebook, Google, Mídia Programática), comercializadas por meio de leilão de mídia, poderão ser incluídos na Estratégia de Mídia?

Resposta:

“A Equipe de Planejamento da Contratação esclarece que “de acordo com a regra prevista na alínea “b” do subitem 9.3.9 do Projeto Básico, “não devem ser incluídos na simulação da estratégia de mídia veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços”, e, portanto, a contrário sensu, somente podem ser incluídos em tal simulação veículos de divulgação atuem com tabela de preços;

- trata-se de regra padrão prevista nas minutas-modelo de instrumentos convocatórios de concorrências regidas pela Lei 8.666/1993, do tipo técnica e preço, para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, divulgadas pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, sendo essa regra, portanto, comumente utilizada nas licitações para contratação pública de tais serviços por órgãos e entidades da Administração Pública, federal, estadual e municipal, direta e indireta;

- veda-se, em síntese, a inclusão na simulação da estratégia de mídia de veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços, a fim de se conferir melhor referibilidade aos custos discriminados em tal simulação, o que tende a contribuir para facilitar sua conferência e



São Paulo / SP
Rua Uruana, 93
Vila Mariana
CEP 04019-070
11 5594-0288

Atibaia / SP
Rua Dr. Luiz Alberto Vieira
dos Santos, 18 – Sala 115
Centro
CEP 12941-030



avaliação pela comissão técnica e, por consequência, a contribuir para a clareza e objetividade no julgamento desse documento integrante da proposta técnica;

- a aplicação da regra acima não prejudica, em contrapartida, a eficácia das regras previstas no Projeto Básico acerca das formas inovadoras de comunicação publicitária contempladas no objeto da contratação.

Em razão da vedação contida na alínea “b” do subitem 9.3.9 do Projeto Básico, somente podem ser incluídos na simulação da estratégia de mídia veículos de divulgação que atuem com tabela de preços.”

- Esclarecimento nº 10 - Questionamento 2

Face aos pedidos de esclarecimentos relativos ao uso de veículos sem tabela de preços, desejamos contribuir construtivamente para a clareza deste processo. Reconhecemos que houve uma certa confusão na comunicação anterior, não imputável ao COREN, mas advinda da formulação equivocada das perguntas, conduzindo a respostas que podem não ter sido totalmente esclarecedoras. É imperativo esclarecer que plataformas de redes sociais e outras tecnologias online, como Facebook, Instagram, mídia programática e Google, NÃO são categorizadas como veículos de comunicação, mas sim como Novas Ferramentas de Comunicação. Dessa forma, elas não devem ser enquadradas nem contratadas sob o mesmo parâmetro que os veículos de comunicação tradicionais, que utilizam tabelas de preço cheia. As mencionadas ferramentas de comunicação modernas são e devem ser contratadas como Fornecedores, afastando-as, assim, dos questionamentos prévios efetuados pelas agências relativas a veículos de comunicação. Essa distinção é crucial, pois, ao contrário dos veículos tradicionais, as novas ferramentas muitas vezes baseiam seus preços em sistemas de leilão, não seguindo uma tabela fixa de preços. A partir dessa compreensão correta do mercado, afirmamos que essas novas ferramentas de comunicação, incluindo, mas não se limitando a, Facebook, Instagram, Google e mídia programática, podem e devem ser integradas à estratégia de mídia, uma vez que serão contratadas como Fornecedores Especializados e não como veículos de comunicação. Está correto o entendimento desta agência, de que essas Novas Ferramentas de Comunicação possam ser utilizadas na estratégia de mídia ao serem contratadas como fornecedores, em vez de veículos de comunicação? Está correto o entendimento desta agência: sim ou não?

Resposta:



São Paulo / SP
Rua Uruana, 93
Vila Mariana
CEP 04019-070
11 5594-0288

Atibaia / SP
Rua Dr. Luiz Alberto Vieira
dos Santos, 18 – Sala 115
Centro
CEP 12941-030



“A Equipe de Planejamento da Contratação esclarece que: “Quanto à vedação prevista na alínea 'b' do subitem 9.3.9. do Anexo I - Projeto Básico, já foi tratada suficientemente no Esclarecimento n. 02, de 10.01.2024. Quanto aos custos internos sobre bens e serviços especializados prestados por fornecedores, deverá ser observada, quanto à Estratégia de Mídia e Não Mídia, a regra prevista na alínea 'd' do subitem 9.3.9. do Projeto Básico.”

Portanto, uma vez que, no que tange à Estratégia de Mídia e Não Mídia, não há regramento no Edital, vale assim única e exclusivamente o estabelecido no Projeto Básico e nos Esclarecimentos referentes a ele.

Mesmo que a resposta dada pela Comissão Especial Técnica não agrade aos anseios das licitantes, que gostariam de poder contar com este recurso em suas respectivas estratégias de mídia, pois, tecnicamente, o investimento em Mídias Digitais é sempre muito importante, isso não autoriza o desrespeito às regras, devendo as licitantes esforçarem-se para apresentar estratégias capazes de sobrepor a ausência do investimento.

Um desafio mais difícil de ser cumprido, mas perfeitamente possível para agências experientes e que dispõem de conhecimento técnico para compensar a falta de orçamento utilizando táticas de comunicação específicas.

A recorrida Área Comunicação, respeita o edital, o projeto básico e seus regramentos e compreende que eles fazem parte do processo licitatório, além de serem ferramentas eficazes para a justa avaliação da Comissão Especial de Licitação e da Subcomissão Técnica. Por esta razão, e por confiar em sua capacidade técnica para suplantar este pormenor, cumpriu o que foi pedido e confirmado e confia na decisão que será tomada pelo Coren-SP neste caso.

Afinal, resta claro que a recorrente Klint tenta, com seu recurso, apenas criar uma sensação de desconfiança em torno das demais concorrentes e desqualificar a Comissão Especial de Licitação. Assim como fica óbvio o desvario tamanho da recorrente, que construiu um recurso em cima de um erro próprio, que aponta para a sua própria desclassificação, já que, ela, sim, ao ignorar as regras estabelecidas para a Proposta Técnica,



São Paulo / SP
Rua Uruana, 93
Vila Mariana
CEP 04019-070
11 5594-0288

Atibaia / SP
Rua Dr. Luiz Alberto Vieira
dos Santos, 18 – Sala 115
Centro
CEP 12941-030



feriu os princípios da impessoalidade, isonomia e ampla concorrência previstos em Lei e ainda tenta influenciar e induzir a Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica ao erro neste processo de julgamento das Propostas Técnica.

Diante disto, é claro como a luz solar que o recurso apresentado não tem fundamento e diverge do que rege o próprio edital e a Lei, sendo uma aventura que busca apenas desqualificar o trabalho sério desenvolvido pela Comissão Especial de Licitação.

III. Conclusão

Pelos fatos acima expostos, requer-se:

- a) **Sejam as contrarrazões apreciadas;**
- b) **Seja negado provimento ao recurso interposto pela licitante KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA.**

São Paulo, 21 de fevereiro de 2024.

Área Comunicação Propaganda e Marketing Ltda.

P.P. Emerson Antonio Pagani



São Paulo / SP
Rua Uruana, 93
Vila Mariana
CEP 04019-070
11 5594-0288

Atibaia / SP
Rua Dr. Luiz Alberto Vieira
dos Santos, 18 - Sala 115
Centro
CEP 12941-030



www.naarea.com