



MUNICÍPIO DE PATOS DE MINAS
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

Processo: 204/2015

Modalidade: CONCORRÊNCIA 013/2015

Objeto: Contratação, sob demanda, de serviços de publicidade e atividades complementares, a serem prestados por intermédio de agência de propaganda.

JULGAMENTO DO RECURSO E CONTRARRECURSO INTERPOSTOS NA FASE DE JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

Recorrente: LINK COMUNICAÇÃO-AGÊNCIA DE PROPAGANDA LTDA-EPP

Contra- Recorrente: INTELLIGENTSIA & ATTITUDE COMUNICAÇÃO LTDA

A empresa LINK COMUNICAÇÃO-AGÊNCIA DE PROPAGANDA LTDA-EPP interpôs, tempestivamente recurso em 17/03/2016, protocolo nº 4163/2016, contra a decisão da CPL que a desclassificou, por não alcançar no total, a nota mínima de 52(cinquenta e dois) pontos.

Em 21/03/2016, a CPL comunicou aos demais licitantes da apresentação do recurso interposto e abriu prazo de 05 (cinco) dias úteis para apresentação de contrarrazões. Tempestivamente, protocolou o contrarrecurso a empresa INTELLIGENTSIA & ATTITUDE COMUNICAÇÃO LTDA na data de 30/03/2016, conforme protocolo nº 4790/2016.

Em 01/04/2016, a CPL encaminhou à PGM - Procuradoria Geral do Município, o recurso e o contrarrecurso apresentados para análise e parecer jurídico. Em 15/04/2016, a PGM, encaminhou os autos à Subcomissão Técnica, solicitando que fosse feita a análise e parecer técnico acerca dos documentos apresentados. Em 17/05/2016, a Procuradoria Geral do Município recebeu o parecer técnico da Subcomissão Técnica. Após análise do recurso e contrarrecurso, e com base na análise técnica, a PGM opinou da seguinte maneira:

(...)

CONCLUSÃO

Ante o exposto, OPINO pelo deferimento parcial do recurso interposto pela Empresa LINK COMUNICAÇÃO AGÊNCIA DE PROPAGANDA, no sentido de desclassificação da empresa Intelligentsia Attitude Comunicação Ltda, pelo descumprimento de exigências previstas no instrumento convocatório. Ademais, proceda-se a disponibilização da Ata de reunião da Subcomissão Técnica (anexo) à recorrente, para que esta tenha pleno conhecimento das notas com justificativas a ela atribuída.

Com relação à Contrarrazão apresentada pela Empresa INTELLIGENTSIA ATTITUDE COMUNICAÇÃO LTDA, OPINO pelo deferimento parcial da mesma, no sentido de manter a recorrente desclassificada. Com relação à solicitação de manter a sua classificação, concluímos



MUNICÍPIO DE PATOS DE MINAS
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

pela impossibilidade do pedido, uma vez que esta descumpriu exigências do edital conforme supramencionado. (...)

Após manifestação da Procuradoria Geral do Município, em deferir parcialmente o recurso e contrarrecurso apresentados pelas empresas LINK COMUNICAÇÃO-AGÊNCIA DE PROPAGANDA LTDA-EPP e INTELLIGENTSIA & ATTITUDE COMUNICAÇÃO LTDA, respectivamente, o Secretário Municipal de Administração- Autoridade Superior, também **DECIDIU** no mesmo sentido do parecer jurídico, ou seja, desclassifica a empresa Intelligentsia & Attitude Comunicação Ltda. pelo descumprimento de exigências previstas no instrumento convocatório, uma vez que apresentou no invólucro 02, a idéia criativa, contrariando assim o disposto no item 7.9 do edital; e mantém a empresa LINK COMUNICAÇÃO-AGÊNCIA DE PROPAGANDA LTDA-EPP desclassificada.

Com base no parecer da Procuradoria Geral do Município e decisão do Sr. Secretário Municipal de Administração, a Comissão Permanente de Licitações decide **RETIFICAR** sua decisão tomada na ata do dia 10/03/2016, desclassificando assim a empresa **INTELLIGENTSIA & ATTITUDE COMUNICAÇÃO LTDA**, por apresentar no invólucro 02, a idéia criativa, contrariando assim o disposto no item 7.9 do edital, e **RATIFICAR** sua decisão, mantendo assim a desclassificação da empresa **LINK COMUNICAÇÃO AGÊNCIA DE PROPAGANDA.**

Comunicamos ainda, que o recurso e o contrarrecurso apresentados, o parecer jurídico, a Ata da Reunião da Subcomissão Técnica, a manifestação do Sr. Secretário e o julgamento do recurso e contrarrecurso apresentados, serão juntados aos autos, estando à disposição dos interessados na sala desta Comissão, das 07h00 às 11h00 e das 13h00 às 17h00.

Patos de Minas, 08 de junho de 2016.


Aldirlei Luiz Ferreira
Presidente da CPL

Em anexo:

- Parecer Jurídico nº 456/2016/L
- Ata da Reunião(Parecer Técnico) da Subcomissão Técnica
- Consideração e Decisão da Autoridade Superior



MUNICÍPIO DE PATOS DE MINAS PROCURADORIA-GERAL

PARECER N. 456/2016/L

PROCESSO 204/2015 - CONCORRENCIA N.
13/2015 - RECURSO.

REQUERENTE: Secretaria Municipal de Administração - Comissão Permanente de Licitações.

OBJETO DA CONSULTA: Trata-se de consulta sobre Recurso administrativo interposto pela empresa LINK COMUNICAÇÃO AGENCIA DE PROPAGANDA LTDA - EPP contra inabilitação no Processo de Concorrência 013/2015 e contrarrazões ao recurso interposto pela empresa INTELLIGENTSIA E ATITUDE COMUNICAÇÃO LTDA.

RELATÓRIO

1. Em breve síntese, a Recorrente é interessada no processo licitatório de Concorrência 013/2015, realizada pelo Município, visando à contratação, sob demanda, de serviços de publicidade e atividades complementares, a serem prestadas por intermédio de agência de propaganda.

2. No dia 10/03/2016, a Comissão desclassificou a Recorrente LINK COMUNICAÇÃO AGENCIA DE PROPAGANDA aduzindo que:

"(...) e com base no item 11.14 alínea "b" do Termo de Referência, a CPL desclassifica o licitante LINK COMUNICAÇÃO AGENCIA DE PROPAGANDA LTDA, por não alcançar, no total, a nota mínima de 52 (cinquenta e dois) pontos (...)"

3. Inconformada com sua desclassificação, a empresa LINK COMUNICAÇÃO AGENCIA DE PROPAGANDA, ora Recorrente apresentou **tempestivamente** suas razões de recurso, requerendo que:

"Determinar a Subcomissão a reavaliação da pontuação atribuída aos licitantes, com a finalidade de restabelecer o julgamento objetivo, o equilíbrio das pontuações, além de garantir que o julgamento das propostas técnicas seja feito com base nos critérios de pontuação estabelecidos no Edital".

"Determinar à Subcomissão a apresentação das justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações atribuídas aos licitantes com base nos critérios de pontuação



MUNICÍPIO DE PATOS DE MINAS PROCURADORIA-GERAL

definidos no edital, em cumprimento ao que determina a Lei relativo ao processamento e julgamento da licitação”.

“Determinar a Comissão Permanente de Licitação a imediata desclassificação da licitante Intelligentsia Attitude Comunicação Ltda pelo descumprimento da cláusula editalícia estabelecida no item 7.9, como medida de inteira legalidade”.

4. Com relação à empresa INTELLIGENTSIA E ATITUDE COMUNICAÇÃO LTDA que apresentou contrarrazões de recurso, aduzindo que:

“(…) deve ser mantida a decisão da Comissão Permanente de Licitação que classificou a recorrida no certame licitatório em referência, com a nota técnica de 74,30 pontos, mantendo-se, ainda, a desclassificação da empresa Recorrente. Ante o exposto, o Recurso Administrativo deve ter suas razões desconsideradas e, no mérito, ser desprovido por esta Comissão Permanente de Licitação, de acordo com os relevantes fundamentos ora apresentados”.

5. Ao final, a Recorrente pugna pela revisão dos atos que a desclassificou, requerendo sua habilitação. Já a empresa contrarrazoante, requereu que seja negado o provimento ao recurso.

6. Ante os argumentos expendidos pelas empresas, passa-se à análise dos fundamentos jurídicos que envolvem a questão.

FUNDAMENTAÇÃO

7. A administração pública municipal, invariavelmente, pauta todos os seus atos pelos princípios constitucionais da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

8. Em atendimento do interesse público, foi promovido processo licitatório, na modalidade Concorrência, cujo procedimento foi fixado pelos preceitos da Lei n. 8.666/1993.

9. Nesta esteira, o edital de licitação estabeleceu as exigências e requisitos necessários, com vistas a atender ao interesse público.

10. Com relação ao que foi solicitado pela recorrente, sobre a reavaliação da pontuação atribuída, e por se tratar de matéria técnica, os autos foram



MUNICÍPIO DE PATOS DE MINAS PROCURADORIA-GERAL

encaminhados para a Subcomissão competente, logo, ao analisar o recurso a Subcomissão expôs que:

“(...) esta Subcomissão conclui que não será feita nenhuma alteração nas notas dadas inicialmente. Os membros desta Subcomissão consideraram as notas dadas como validas e em total acordo com o material apresentado pelas empresas.

11. Com relação à solicitação de apresentar as justificativas da pontuação, tratando-se também de matéria técnica, segue parecer (anexo) da Subcomissão com as devias justificativas de pontuação, emitido em 05/05/2016 que aduz que:

“(...) Porém, conforme solicitado pela empresa Link Comunicação, foram acrescentadas as devidas justificativas a cada nota dada para os seguintes quesitos: ‘Capacidade de Atendimento’ (máximo 12 pontos), ‘Repertório’ (máximo 8 pontos), ‘Raciocínio Básico’ (máximo 15 pontos), ‘Estratégia de Comunicação Publicitária’ (máximo 20 pontos), ‘Ideia Criativa’ (máximo 30 pontos) e ‘Estratégia de Mídia e Não Mídia’ (máximo 15 pontos). Analisando a proposta da empresa Link Comunicação, esta Subcomissão concluiu que, no quesito ‘Capacidade de Atendimento’, a nota média foi de 6.66 pontos, o que mostra que a qualidade do conteúdo apresentado pela empresa não fica tão atrás do material exibido pela concorrente. Apesar do currículo da Link Comunicação incluir trabalhos prestados a órgãos públicos, notamos que prevaleceu uma quantidade maior de serviços prestados ao setor privado. Já no quesito ‘Repertório’, a Link atingiu a marca de 05 pontos, considerando que o trabalho prestado pela firma demonstra discernimento entre o estilo de uma propaganda na peça de um órgão público, em comparação a uma peça destinada a uma empresa privada. No quesito ‘Raciocínio Básico’, a campanha da Link obteve nota média de 5.66 pontos, baseando-se no fato da empresa abordar contextos variados, e não especificamente e detalhadamente o assunto/tema da campanha solicitada – ‘Dengue’. No quesito ‘Estratégia de Comunicação Publicitária’, a Link obteve nota média de 7.66 pontos. Observou-se que a narrativa exposta não se expandiu a outras formas de contágio da Dengue, e em nenhum momento foi citada a problemática da Chikungunya, o que, em nosso modo de entendimento, foi uma falha na estratégia de comunicação. Outro ponto citado por esta Subcomissão aponta que a comunicação direta sendo realizada em curto prazo pode ser mais eficiente e educativa, alcançando resultados imediatos, do que a comunicação feita a longo prazo. Esse comentário feito pela Subcomissão reflete no conteúdo apresentado pela Link, onde a empresa planeja iniciar uma campanha contra a



MUNICÍPIO DE PATOS DE MINAS PROCURADORIA-GERAL

Dengue com muita antecedência, no caso é citado o mês de outubro, o que poderia causar desinteresse à população em relação ao problema. Afinal, o verão tem início no final de dezembro, e a partir daí é que os meses são considerados os mais críticos, em relação à picada do mosquito. No quesito 'Ideia Criativa', a Link atingiu a nota média de 12 pontos. Em nossa opinião, a criatividade pecou em não dar tanto impacto, da forma como o assunto deveria ser tratado. As cores azuis e a expressão de felicidade estampada na face dos personagens do layout não demonstram a devida atenção ao problema, não refletindo em nada a seriedade que o tema Dengue expõe. Além disso, a frase do "slogan" também se distancia da forma impactante de alerta. Em resumo, a ideia criativa direciona mais para um lado positivo do que para um alerta direto à população. No quesito 'Estratégia de Mídia e Não Mídia', a Link atingiu 6.66 pontos. Vale lembrar que a campanha da empresa destacou na sua 'Estratégia de Comunicação', que o trabalho de comunicação começaria no mês de outubro. No entanto, na simulação do Plano de Distribuição das Peças Publicitárias (Estratégia de Mídia), o período de divulgação citado é de 90 dias. Daí, esta Subcomissão questiona: quando seriam esses 90 dias? (considerando que o verão começa na segunda quinzena de dezembro e termina na segunda quinzena de março). Ou seja, a campanha começando em outubro ela terminaria em dezembro pelo calendário proposto pela Link. Em outras palavras, a campanha terminaria no início do verão, o que não traria tanto benefício à população. Na somatória geral de todos os seis quesitos, a campanha 'Dengue – Nem a água, nem a gente pode ficar parado' atingiu nota de 43.64 pontos (...)

12. Desta feita, tratando-se de matéria de cunho técnico, e após análise pela subcomissão, foi mantida a mesma nota pela avaliação, portanto, com as devidas justificativas.

13. Já com relação ao que foi solicitado pela recorrente, em desclassificar a empresa Intelligentsia Attitude Comunicação Ltda pelo descumprimento da cláusula editalícia estabelecida no item "7.9", neste sentido, vejamos o que prevê o Edital:

7.9. O Invólucro 2 – Proposta Técnica – Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, deverá ser constituído por uma cópia da Via Não Identificada, sem a Idéia Criativa (subitem 7.8.3)

7.8.3. Idéia Criativa: Apresentação pela licitante de campanha publicitária destinada a corporificar objetivamente sua proposta de solução do problema específico de comunicação,



MUNICÍPIO DE PATOS DE MINAS PROCURADORIA-GERAL

conforme explicitado em sua Estratégia de Comunicação Publicitária através de:

- a) Síntese da estratégia de Comunicação publicitária expressa sob a forma de texto até 03(três) paginas, com sua defesa;
- b) Exemplos de peças que corporifiquem a proposta de solução do problema específico de comunicação.

(...)

14. Entretanto, conforme alegado pela empresa Attitude Comunicação Ltda, esta apresentou apenas a "*síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de texto de até 03 (três) paginas*", pelo entendimento de que este trecho de texto, e não de peça criativa, e poderia ser utilizado no cotejamento das proposta apócrifas e com as vias identificadas, estando assim em consonância com a lei 12232/2010.

15. Neste sentido, vejamos a previsão do artigo 9º, § 2º, da Lei 12232/2010 que alude que:

§ 2º A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes a idéia criativa.

16. Lado outro, pode-se observar que o edital trouxe expressamente no item "7.8.3" que a Síntese da estratégia de Comunicação Publicitária expressa sob a forma de texto até 03 (três) páginas, com sua defesa, compõe a idéia criativa, assim, caso a licitante não concordasse, deveria argüi-la em fase de impugnação do edital, conforme prevê o artigo 41, § 2º da Lei 8.666/93.

17. Pode ser verificado então, que a Empresa Intelligentsia Attitude Comunicação Ltda com relação a apresentação do Invólucro 2 (fls.563/601), o apresentou com a Idéia Criativa (item 7.8.3) não atendendo assim, as exigências descritas no edital, havendo portanto um equívoco da Comissão Permanente de Licitação em não desclassificá-la, e neste sentido, acerca do edital de licitação, cabe aqui mencionar os ensinamentos de Maria Sylvia Zanella Di Pietro(Direito Administrativo, 13ª ed., Atlas, São Paulo,2001):

"Costuma-se dizer que o edital é a lei da licitação; é preferível dizer que é a lei da licitação e do contrato, pois o que nele contiver deve ser rigorosamente cumprido, sob pena de nulidade; trata-se de aplicação do princípio da vinculação ao instrumento convocatório, previsto no artigo 3º da Lei nº 8.666/93."



MUNICÍPIO DE PATOS DE MINAS PROCURADORIA-GERAL

18. Ademais, a Lei 8.666/1993 estabelece que as regras estabelecidas no edital devem ser cumpridas tanto pela Administração como pelos licitantes:

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.

19. Já em seu art. 41, caput da Lei 8.666/93:

Art. 41 - A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada.

20. Portanto, procede a alegação da recorrente com relação ao descumprimento de cláusula editalícia por parte da empresa Intelligentsia Attitude Comunicação Ltda, devendo esta ser desclassificada pela Comissão, pois a exigência da não apresentação da idéia criativa no Invólucro 2 que está prevista no edital vincula a Administração e a todos os licitantes, sem exceção.

21. Por tudo isso, o pedido da CONTRARRAZOANTE em mantê-la classificada no certame em referencia não merece prosperar, uma vez que esta não cumpriu exigências do instrumento convocatório. Já com relação à alegação em manter a Empresa recorrente desclassificada, esta merece prosperar, pois conforme supracitado, a recorrente não alcançou a nota mínima de 52 pontos exigidos no item 11.14 alínea "b" do edital, sendo esta mantida pela subcomissão.

CONCLUSÃO

Ante o exposto, OPINO pelo deferimento parcial do recurso interposto pela Empresa LINK COMUNICAÇÃO AGENCIA DE PROPAGANDA, no sentido de desclassificação da empresa Intelligentsia Attitude Comunicação Ltda, pelo descumprimento de exigências previstas no instrumento convocatório. Ademais, proceda-se a disponibilização da Ata de reunião da Subcomissão Técnica




MUNICÍPIO DE PATOS DE MINAS
PROCURADORIA-GERAL

(anexo) a recorrente, para que esta tenha pleno conhecimento das notas com justificativas a ela atribuída.

Com relação à Contrarrazão apresentada pela Empresa INTELLIGENTSIA ATTITUDE COMUNICAÇÃO LTDA, OPINO pelo deferimento parcial da mesma, no sentido de manter a recorrente desclassificada. Com relação à solicitação de manter a sua classificação, concluímos pela impossibilidade do pedido, uma vez que esta descumpriu exigências do edital conforme supramencionado.

É a manifestação, S.M.J.

Patos de Minas - MG, 20 de Maio de 2016.


JULIETE APARECIDA AMORIM
Procuradora do Município
Mat. 24.719

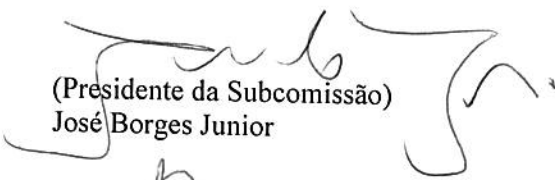
ATA DA REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DO EDITAL 13/2015

Aos 5 (cinco) dias do mês de maio de 2016 (dois mil e dezesseis), às 9 horas e, posteriormente, às 14 horas, compareceram à Sala de Licitação da Prefeitura de Patos de Minas, os integrantes da Subcomissão Técnica José Borges Junior (Presidente), Fábio Amaro e Neide Cristina Ferreira Lima de Mendonça, para avaliar o proposto pela empresa Link Comunicação, em seu protocolo nº 4163/16 datado de 17/03/2016. Dos pedidos feitos pela empresa, citados nas folhas 661/662 do processo, dois deles podem ser atendidos por esta Subcomissão. Com relação a determinar ou não a desclassificação de uma ou outra empresa do processo licitatório, esta função cabe à Comissão Permanente de Licitação, e não a esta Subcomissão. Oportuno salientar que os membros desta Subcomissão estão cientes de que o material apresentado anteriormente pela concorrente Agência Dom Quixote foi desclassificado, por não apresentar documentação adequada, ferindo o edital. Dessa forma, esta Subcomissão optou por excluí-la da análise realizada na reunião do dia de hoje. Restou, portanto, que a avaliação fosse feita somente do material apresentado pelas empresas Link Comunicação e Attitude Inteligencia. Dadas as devidas explicações acima, os membros desta Subcomissão iniciaram a reabertura dos invólucros e, na sequência, foi feita uma nova leitura e análise de todo o conteúdo fornecido. Após a leitura integral de todo o material e posterior discussão dos fatos em questão, solicitados pela empresa Link Comunicação, esta Subcomissão concluiu que não será feita nenhuma alteração nas notas dadas inicialmente. Os membros desta Subcomissão consideraram as notas dadas como válidas e em total acordo com o material apresentado pelas empresas. Porém, conforme solicitado pela empresa Link Comunicação, foram acrescentadas as devidas justificativas a cada nota dada para os seguintes quesitos: 'Capacidade de Atendimento' (máximo 12 pontos), 'Repertório' (máximo 8 pontos), 'Raciocínio Básico' (máximo 15 pontos), 'Estratégia de Comunicação Publicitária' (máximo 20 pontos), 'Ideia Criativa' (máximo 30 pontos) e 'Estratégia de Mídia e Não Mídia' (máximo 15 pontos). Analisando a proposta da empresa Link Comunicação, esta Subcomissão concluiu que, no quesito 'Capacidade de Atendimento', a nota média foi de 6.66 pontos, o que mostra que a qualidade do conteúdo apresentado pela empresa não fica tão atrás do material exibido pela concorrente. Apesar do currículo da Link Comunicação incluir trabalhos prestados a órgãos públicos, notamos que prevaleceu uma quantidade maior de serviços prestados ao setor privado. Já no quesito 'Repertório', a Link atingiu a marca de 05 pontos, considerando que o trabalho prestado pela firma demonstra discernimento entre o estilo de uma propaganda na peça de um órgão público, em comparação a uma peça destinada a uma empresa privada. No quesito 'Raciocínio Básico', a campanha da Link obteve nota média de 5.66 pontos, baseando-se no fato da empresa abordar contextos variados, e não especificamente e detalhadamente o assunto/tema da campanha solicitada - 'Dengue'. No quesito 'Estratégia de Comunicação Publicitária', a Link obteve nota média de 7.66 pontos. Observou-se que a narrativa exposta não se expandiu a outras formas de contágio da Dengue, e em nenhum momento foi citada a problemática da Chikungunya, o que, em nosso modo de entendimento, foi uma falha na estratégia de comunicação. Outro ponto citado por esta Subcomissão aponta que a

Recebi em
17/05/16
Juliete Ap. Amorim
OAB/MG 162760
Procuradora do Município
MMP 24.719

comunicação direta sendo realizada em curto prazo pode ser mais eficiente e educativa, alcançando resultados imediatos, do que a comunicação feita a longo prazo. Esse comentário feito pela Subcomissão reflete no conteúdo apresentado pela Link, onde a empresa planeja iniciar uma campanha contra a Dengue com muita antecedência, no caso é citado o mês de outubro, o que poderia causar desinteresse à população em relação ao problema. Afinal, o verão tem início no final de dezembro, e a partir daí é que os meses são considerados os mais críticos, em relação à picada do mosquito. No quesito 'Ideia Criativa', a Link atingiu a nota média de 12 pontos. Em nossa opinião, a criatividade pecou em não dar tanto impacto, da forma como o assunto deveria ser tratado. As cores azuis e a expressão de felicidade estampada na face dos personagens do layout não demonstram a devida atenção ao problema, não refletindo em nada a seriedade que o tema Dengue expõe. Além disso, a frase do "slogan" também se distancia da forma impactante de alerta. Em resumo, a ideia criativa direciona mais para um lado positivo do que para um alerta direto à população. No quesito 'Estratégia de Mídia e Não Mídia', a Link atingiu 6.66 pontos. Vale lembrar que a campanha da empresa destacou na sua 'Estratégia de Comunicação', que o trabalho de comunicação começaria no mês de outubro. No entanto, na simulação do Plano de Distribuição das Peças Publicitárias (Estratégia de Mídia), o período de divulgação citado é de 90 dias. Daí, esta Subcomissão questiona: quando seriam esses 90 dias? (considerando que o verão começa na segunda quinzena de dezembro e termina na segunda quinzena de março). Ou seja, a campanha começando em outubro ela terminaria em dezembro pelo calendário proposto pela Link. Em outras palavras, a campanha terminaria no início do verão, o que não traria tanto benefício à população. Na somatória geral de todos os seis quesitos, a campanha 'Dengue - Nem a água, nem a gente pode ficar parado' atingiu nota de 43.64 pontos. A outra proposta analisada por esta Subcomissão foi da empresa Attitude Inteligência. No quesito 'Capacidade de Atendimento', a empresa obteve a nota média de 7.66 pontos, considerando-se a sua experiência profissional voltada, especialmente, para instituições públicas (foco principal da empresa); profissionais capacitados para o desempenho das atividades propostas e estrutura e recursos de materiais adequados. No quesito 'Repertório', obteve a nota média de 4.66 pontos, tendo em vista o conteúdo exclusivo destinado a trabalhos prestados a órgãos públicos. Ou seja, as mensagens das peças geralmente trazem interpretações que podem levar o público a fazer análises e comparações políticas. No quesito 'Raciocínio Básico', atingiu nota média de 10.66 pontos. A razão da nota se dá pelo fato da narrativa do quesito abordar o tema minuciosamente, narrando os desafios a serem enfrentados; a implantação de uma nova política de combate à Dengue; e a implantação de uma nova maneira de pensar e agir. No quesito 'Estratégia de Comunicação Publicitária', a empresa atingiu nota média de 14 pontos. A comunicação é direta e impactante como o próprio "slogan" da campanha exhibe. A eficiência na estratégia de comunicação mostra um alerta 24 horas à população. O risco da Chikungunya é citado, o que mostra um diferencial em relação à estratégia apresentada pela concorrente. No quesito 'Ideia Criativa', a Attitude atingiu nota média 25.66 pontos. As cores usadas no layout são vibrantes e demonstram um total alerta ao perigo da Dengue. Amarelo quer dizer sinal de alerta, e vermelho pode ser interpretado como sinal de perigo. A frase "Dengue 24

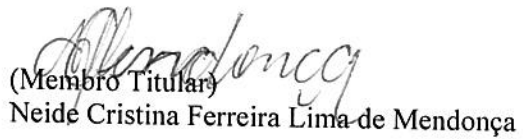
horas - A Hora de Agir é Agora”, é objetiva e condiz com o propósito de causar impacto ao público-alvo. No quesito ‘Estratégia de Mídia e Não Mídia’, a empresa atingiu nota média de 11.66 pontos. Diferente da proposta de mídia da concorrente, a campanha da Atitude está programada para começar no primeiro mês do verão (dezembro), o que condiz com o período mais adequado para alertar à população sobre o perigo, já que os casos de Dengue, geralmente, se iniciam a partir dessa época do ano. Dessa forma, a população ficará informada no momento certo e terá tempo para se planejar e se instruir, considerando que a campanha, com as devidas instruções e orientações à população, seguirá até o mês de fevereiro, quando ainda é verão no Hemisfério Sul. Na somatória geral de todos os seis quesitos, a campanha “Dengue 24 horas - A Hora de Agir é Agora” atingiu nota de 74.30 pontos. A reunião encerrou-se por volta de 15h45, quando o presidente desta Subcomissão recolheu os invólucros, bem como os documentos, guardando todo o conteúdo dentro de uma pasta, mantendo-a sob a sua guarda e responsabilidade. Sem mais a tratar, lavrou-se a presente ata que segue assinada por todos os membros presentes da subcomissão. Patos de Minas, 05 de maio de 2016.



(Presidente da Subcomissão)
José Borges Junior



(Membro Titular)
Fábio Amaro



(Membro Titular)
Neide Cristina Ferreira Lima de Mendonça



PREFEITURA MUNICIPAL DE PATOS DE MINAS
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO

CONSIDERAÇÃO E DECISÃO DA AUTORIDADE SUPERIOR

Diante das informações contidas no Processo Licitatório denominado Concorrência 13/2015, no parecer jurídico nº 456/2016/L, e na ata de reunião da Subcomissão Técnica(Parecer Técnico), **DECIDO** pelo provimento parcial do recurso interposto pela Empresa **LINK COMUNICAÇÃO AGÊNCIA DE PROPAGANDA**, no sentido de desclassificação da empresa Intelligentsia & Attitude Comunicação Ltda., pelo descumprimento de exigências previstas no instrumento convocatório. Ademais, proceda-se a disponibilização da Ata de reunião da Subcomissão Técnica à recorrente, para que esta tenha pleno conhecimento das notas com justificativas a ela atribuída. Com relação à Contrarrazão apresentada pela Empresa **INTELLIGENTSIA & ATTITUDE COMUNICAÇÃO LTDA**, **DECIDO** pelo provimento parcial da mesma, no sentido de manter a recorrente desclassificada. Com relação à solicitação de manter a sua classificação, decido pela impossibilidade do pedido, uma vez que esta descumpriu exigências do edital conforme supramencionado.

Patos de Minas, 08 de junho de 2016.

Cláudio Henriquê de Magalhães
Secretário Municipal de Administração