

ATA DA COMISSÃO JULGADORA DA LICITAÇÃO

DIA 16 DE JULHO DE 2025

ANÁLISE DOS RECURSOS E CONTRARRAZÕES INTERPOSTOS

LICITAÇÃO Nº	: 011/24
UNIDADE CONTRATANTE	: Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano do Estado de São Paulo - CDHU
OBJETO	: Prestação de serviços de Publicidade

Aos dezesseis de julho de dois mil e vinte e cinco, às 11 horas e 30 minutos, nesta cidade de São Paulo, capital do Estado de São Paulo, na Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano do Estado de São Paulo - CDHU - Sala de licitações nº 11 bloco 03, situada na Rua Boa Vista n. 170, Centro Histórico, São Paulo - SP, reuniram-se os membros da Comissão Julgadora da Licitação. Iniciados os trabalhos para análise dos recursos e contrarrazões interpostos, esta Comissão identificou que cinco agências participantes do certame realizado pela CDHU para contratação de serviços de publicidade interpuseram recursos administrativos contra a Classificação das Propostas Técnicas. Os recursos tratam de supostas irregularidades materiais, supostos erros de julgamento técnico e apontam a necessidade de correções de pontuação.

I - Do Relatório:

A Agência Lua Propaganda alega que oito concorrentes apresentaram propostas em desconformidade com o edital, destacando:

1. Lew Lara TBWA

- a) Ausência de peças obrigatórias de não mídia na simulação do Plano de Mídia.
- b) Erros na alocação de custos (ex: ausência de valores de locução e CONDECINE).
- c) Inconsistência nas porcentagens de mídia (ex: soma de share de TV superior a 100%).
- d) Apresentação de custos internos em desacordo com o edital.
- e) Descumprimento de exigência sobre desenvolvimento de ferramentas de avaliação.

2. PROPEG Comunicação S.A.

- a) Não apresentou custo do cachê do comunicador em testemunhais.
- b) Simulação de TRP e cobertura feita de forma agregada e não por período de veiculação, o que comprometeria a análise técnica.

3. Mene e Portela Publicidade Ltda.

- a) Não apresentou peças de não mídia no resumo geral de distribuição de investimento de mídia e produção.

b) Descumprimento de exigência sobre desenvolvimento de ferramentas de avaliação.

c) Recebeu nota máxima indevidamente apesar da omissão.

4. Calia Y2 Propaganda e Marketing Ltda.

a) Ausência de peças de não mídia no resumo geral de distribuição de investimento de mídia e produção.

b) Falha na apresentação de informações exigidas.

c) Descumprimento de exigência sobre desenvolvimento de ferramentas de avaliação.

d) Recebeu nota máxima indevidamente apesar da omissão.

3

5. Binder Comunicação Ltda.

a) Irregularidades na composição de custos.

b) Utilizou recursos não previstos no edital (ex: monitores da rede de saúde).

c) Considerou disparo único de e-mail como estratégia ampla (06/01 -05/04).

6. Companhia de Comunicação e Publicidade (CC&P)

a) Peças de não mídia não incluídas no resumo geral de distribuição de investimento de mídia e produção.

b) Inconsistência nos percentuais da estratégia de mídia.

c) Inclusão indevida de custos internos.

7. Nico/MWorks Comunicação Ltda.

- a) Classificou ação de “Caminhão Estande Itinerante” como mídia, embora se trate de ação promocional (não mídia).
- b) Isso compromete a exequibilidade e a correta alocação de recursos.

8. Versão BR Comunicação e Marketing Ltda.

- a) Divergência entre as versões identificada e não identificada da proposta técnica.
- b) Isso fere a regra do item 5.5 do edital e compromete a validade da proposta.

9. Majoração da sua própria nota

- a) Afirma haver subjetividade na atribuição de suas notas, discorda do entendimento dos avaliadores acerca da pontuação atribuída.

10. Pedidos

- a) Desclassificação das propostas mencionadas por descumprimento das regras do edital.
- b) Revisão das notas atribuídas à Lua Propaganda, com a devida majoração.
- c) Subsidiariamente eventual revisão para menor das notas das propostas mencionadas no recurso.

A Agência Calia | Y2 Propaganda e Marketing Ltda. alega em resumo:

1. Preliminar – Legalidade e vinculação ao edital

- a) Alega que o julgamento técnico deve ser apócrifo e objetivo, conforme a Lei nº 12.232/2010.
- b) Sustenta que a pontuação só pode ser modificada na fase recursal se houver vício objetivo, como erros ou violações ao edital.

2. Pedido de majoração da nota atribuída à Calia

a) Discrepância injustificada nas notas

(i) Houve grande divergência entre as notas atribuídas pelos jurados à proposta da Calia (jurado 3 deu nota 58, enquanto os outros dois deram 66 e 67).

5

(ii) Tal diferença não foi devidamente justificada, comprometendo a razoabilidade e a imparcialidade do julgamento.

b) Falta de motivação adequada

(i) Mesmo com comentários positivos, os jurados subtraíram pontos da nota da Calia sem explicar os motivos.

(ii) A ausência de justificativa para não conceder nota máxima viola o princípio da motivação dos atos administrativos (art. 50 da Lei nº 9.784/1999).

c) Interpretação equivocada da estratégia de comunicação

(i) Um julgador penalizou a proposta por supostamente sugerir vínculo familiar forte dos beneficiários, o que contrariaria o público-alvo do programa.

(ii) A Calia demonstrou que reconhece a fragilidade dos laços familiares e que sua proposta está alinhada ao perfil dos beneficiários do Programa Vida Longa.

d) Avaliação subjetiva da ideia criativa

(i) A proposta foi desvalorizada com base em opiniões pessoais sobre o uso de tonalidades visuais (ex.: "puxadas para o sépia").

(ii) Argumenta que os critérios do edital não foram observados, e que a paleta de cores foi tecnicamente escolhida para representar acolhimento, vitalidade e otimismo.

3. Pedido de desclassificação (ou rebaixamento de nota) da licitante Mene e Portella

a) Violação do julgamento apócrifo

(i) A proposta da Mene e Portella continha QR codes com redirecionamento para links externos, o que pode permitir identificação da autoria por rastreamento – conduta vedada pelo edital.

b) Erros técnicos e inadequações

(i) A segmentação de público-alvo na proposta da Mene está em desacordo com o edital, por restringir o grupo de beneficiários indiretos apenas a idosos.

(ii) A proposta incluiu “reserva técnica” de R\$ 73 mil, prática não prevista no edital.

(iii) Omissões e falhas na planilha de custos: não incluiu itens mencionados no texto (panfletos, e-mail marketing).

(iv) Aponta má alocação de recursos e ausência de planejamento, o que compromete os critérios de economicidade e eficiência.

7

4. Pedidos finais

- a) Majoração da nota técnica da Calia.
- b) Desclassificação da Mene e Portella por quebra do julgamento apócrifo.
- c) Subsidiariamente, redução da pontuação da Mene por falhas técnicas.

O recurso administrativo apresentado pela Mene e Portella Publicidade Ltda. contém as seguintes alegações principais:

1. Necessidade de majoração da nota da própria proponente

- a) Capacidade de Atendimento – Subquesto 2

(i) A empresa recebeu nota zero no subquesto referente à “Discriminação das informações de marketing, auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas”.

(ii) Sustenta que o edital não exige comprovação prévia da posse das ferramentas, mas apenas a declaração de compromisso de disponibilizá-las durante a execução do contrato.

(iii) Argumenta que a subcomissão técnica interpretou de forma equivocada os subitens 5.6 e 6.2 do edital, exigindo documentos que não são obrigatórios segundo a regra expressa.

(iv) Cita a Nota de Esclarecimento nº 10, que confirma a possibilidade de comprovação por meio de contrato ou outros documentos de força equivalente, o que incluiria declarações.

2. Ilegalidade da pontuação atribuída à licitante Calia | Y2

a) Alega que o plano de comunicação da Calia apresenta vício insanável que deveria ter levado à sua desclassificação.

b) Aduz que a Calia ultrapassou o orçamento limite de R\$ 5 milhões.

c) Alega ainda que dois profissionais da Calia não deveriam ter sido pontuados, pois suas funções anteriores não seriam específicas de publicidade.

3. Fundamentação jurídica

a) Sustenta que a exigência de comprovação prévia (como feita pela subcomissão) violaria:

- (i) O princípio da isonomia (art. 37, XXI, da CF),
- (ii) A Súmula TCU nº 272, que proíbe exigências que imponham custos desnecessários antes da contratação;
- (iii) E o julgamento objetivo, pois a interpretação da comissão teria criado critério novo, não previsto no edital.

9

4. Pedido final

- a) Requer a majoração da nota no subquesto em que recebeu zero, com base na correta interpretação do edital.
- b) Pede a reavaliação da pontuação da Calia e, eventualmente, sua desclassificação por irregularidade.

O recurso administrativo apresentado pela Propeg Comunicação S/A tem como objetivo principal a revisão de notas atribuídas à sua proposta técnica, apontando erros materiais na avaliação. A seguir, os principais argumentos:

1. A Propeg argumenta que a subcomissão técnica cometeu erros materiais ao atribuir notas inferiores às devidas, desconsiderando os critérios objetivos do edital.

a) Quesito Repertório

(i) Nota atribuída: 8,66 de 10.

(ii) Justificativas positivas dos avaliadores não condizem com a nota inferior a 9.

(iii) Um dos julgadores (Raul) usou critérios subjetivos ("falta de inovação", "peças perdem intensidade") que não constam do edital.

(iv) Pede que as notas de Andrea e Raul sejam ajustadas para 9 pontos, elevando a média para 9,33.

b) Quesito Relatos de Solução de Problemas de Comunicação

(i) Nota atribuída: 8,66 de 10.

(ii) Avaliações positivas não justificam nota inferior a 9.

(iii) Raul novamente recorre a opiniões pessoais, como "poderia aprofundar os impactos" e "resultados genéricos", sem se ater aos critérios do edital.

(iv) Pede nota 9 para Andrea e Raul, elevando a média para 9,33.

c) Quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia

- (i) Nota atribuída: 11 de 15.
- (ii) Uma avaliadora alegou que apenas um veículo foi destinado ao público "formadores de opinião".
- (iii) A Propeg demonstra que 7 veículos foram utilizados para esse público, inclusive TV Globo, CBN, UOL, Google Display e redes sociais.
- (iv) A verba destinada a esse segmento foi de R\$ 842 mil, 18,7% do total.
- v) Solicita aumento da nota para 14 pontos.

11

2. Conclusão e pedidos

- a) Reitera que não contesta o mérito técnico, mas busca apenas a correta aplicação dos critérios objetivos do edital.
- b) Solicita as seguintes correções:
 - (i) Invólucro I: de 63 para 64 pontos.
 - (ii) Invólucro III: de 25,08 para 26,42 pontos.
 - (iii) Total geral: de 88,08 para 90,42 pontos.

O recurso administrativo interposto pela Versão BR Comunicação e Marketing Ltda. apresenta os seguintes principais argumentos e pedidos:

1. Correção de erro material na pontuação da própria proponente

- a) Alega que houve erro na somatória da nota do Envelope 1 (Plano de Comunicação Publicitária). A nota correta seria 62,00, e não a que consta na ata oficial.
- b) Com a nota correta (Envelope 1: 62,00 + Envelope 3: 22,83), a nota final da Versão BR seria 84,83 pontos, o que a colocaria em 6º lugar, e não em 8º.
- c) Pede a retificação da pontuação final e reclassificação da empresa.

2. Correção de pontuação na Capacidade de Atendimento

12

- a) Aponta equívocos nas notas atribuídas a dois profissionais da equipe técnica (Fernando Massoli Lopes e Talita Borges Junqueira Schiavinato), com tempo de experiência desconsiderado indevidamente.
- b) Demonstra que, com os devidos acréscimos de tempo de experiência, a nota no sub quesito “Qualificação Técnica da Equipe” deveria ser máxima (5 pontos).

3. Irregularidades nas propostas de concorrentes**a) Lew Lara**

- (i) Aponta descumprimento do edital quanto à forma de apresentação de documentos de comprovação da formação e experiência da equipe.

(ii) Documentos estariam incompletos, não autenticados ou manipulados (prints, imagens sem identificação, carteiras digitais sem documento oficial com foto).

(iii) Pede o rebaixamento da nota da Lew Lara por descumprimento dos itens 6.5 e 10.3 do edital.

b) Mene e Portela

(i) Mesmas irregularidades: documentos não autenticados, ausência de identificação oficial, uso de prints e carteiras digitais sem validade.

(ii) Solicita rebaixamento da nota pela inobservância das exigências do edital.

13

c) Propeg

(i) Alega que a Propeg apresentou declaração de experiência assinada por suposta gerente de RH sem comprovação de vínculo ou procuração.

(ii) Assim, os documentos não foram assinados pela própria licitante, como exige o item 6.5 do edital.

(iii) Pede desconsideração dessas declarações e rebaixamento da nota da Propeg.

d) Binder

(i) Alega que a Binder utilizou indevidamente “monitores da rede pública de saúde” como recurso

próprio de comunicação no Plano de Comunicação Publicitária.

(ii) Afirma que tais monitores não estavam previstos no edital e que a informação pode ter sido privilegiada.

(iii) O uso desse recurso gerou vantagem indevida e violação ao princípio da isonomia, além de causar inconsistência no orçamento da proposta.

(iv) Pede a desclassificação da Binder, conforme os itens 6.12 e 8.2 do edital.

14

4. Pedidos finais

a) Retificação da nota final da Versão BR (com correções nos envelopes 1 e 3).

b) Revisão e rebaixamento das notas das licitantes Lew Lara, Mene e Portela e Propeg.

c) Desclassificação da Binder Comunicação Ltda. por uso de recurso não previsto no edital.

A Título de Contrarrazões alegam em resumo as agências:

Calia Y2 Propaganda e Marketing Ltda.:

1.Aspectos Gerais

- a) A licitação seguiu a Lei nº 12.232/2010, que prevê o julgamento de propostas sem identificação para garantir imparcialidade.
- b) A revisão das propostas em sede recursal deve se restringir a aspectos objetivos e não a argumentos subjetivos.

2. Resposta ao Recurso da Lua Propaganda Ltda.

- a) A Lua alegou que a Calia não atendeu ao briefing no desenvolvimento de ferramentas de avaliação de resultados, especialmente para peças de não mídia.
- b) A Calia demonstrou que as peças de não mídia foram devidamente contempladas na proposta, tanto no texto quanto nas planilhas de produção.
- c) Alegou que as peças de não mídia, por não dependerem de compra de mídia, foram corretamente alocadas na parte da proposta intitulada "Produção Geral", conforme prática do mercado.
- d) A defesa apresentou evidências (prints e descrições detalhadas) que comprovam a presença das peças de não mídia no planejamento.

15

3. Resposta ao Recurso da Mene e Portella Publicidade Ltda.

- a) A Mene alegou que a Calia extrapolou o orçamento de R\$ 5 milhões por não considerar custos de segmentação no portal UOL.
- b) A Calia se defendeu informando que utilizou a tabela oficial de preços do UOL vigente em dezembro de 2024, que não previa custos adicionais de segmentação.
- c) Ressaltou que a própria Mene utilizou os mesmos valores de mídia sem considerar custos adicionais, demonstrando incoerência no recurso.
- d) A Mene não anexou prova válida ou fonte oficial para sustentar sua alegação.
- e) A Calia sustentou que, caso a tese da Mene fosse acolhida, a própria proposta da Mene deveria ser invalidada pelo mesmo motivo.

16

4. Capacidade Técnica da Equipe

- a) A Mene alegou que dois profissionais da Calia não deveriam ter sido pontuados, pois suas funções anteriores não seriam específicas de publicidade.
- b) A Calia esclareceu que a profissional citada como "atendente" exercia atividades típicas de atendimento publicitário e apresentou declaração formal da empresa detalhando suas funções.

c) Quanto à auxiliar financeira, a Calia defendeu que, no setor de publicidade, a função exige conhecimentos específicos da área, o que caracteriza experiência relevante.

Resumo das Alegações de defesa da agência Binder:

1. Contextualização

a) As empresas Lua Propaganda e Versão BR interpuseram recursos requerendo a desclassificação da Binder, alegando supostas irregularidades em sua proposta.

2. Sobre os Recursos Próprios:

17

a) A Binder afirmou que a menção ao uso de monitores da rede pública de saúde foi baseada em informações públicas e acessíveis, não constituindo vantagem competitiva ou informação privilegiada.

b) O uso desse recurso decorre de políticas públicas e programas institucionais amplamente divulgados, como o "Programa Vila Dignidade" e iniciativas integradas da CDHU com a rede pública de saúde.

3. Sobre a Ideia Criativa:

a) A inclusão de propostas diferenciadas e abrangentes é justamente o papel da agência, cuja função é apresentar soluções criativas que atendam aos objetivos da comunicação.

b) Segundo a doutrina especializada (Oscar Kita, 2013), a ideia criativa pode conter sugestões que extrapolem os itens especificados no edital, desde que contextualizadas e aplicáveis ao objeto.

4. Sobre o E-mail Marketing:

a) A defesa argumenta que a referência ao período de veiculação foi apenas um erro material, sem impacto no mérito da proposta ou em sua viabilidade.

5. Sobre a Avaliação Técnica:

a) O julgamento da proposta pela Subcomissão Técnica foi correto, com análise adequada e dentro dos critérios do edital.

6. Sobre os Princípios Licitatórios:

- a) A proposta da Binder respeita os princípios da isonomia, moralidade e competitividade.
- b) As informações utilizadas são públicas, legítimas e pertinentes, sem configurar qualquer tipo de favorecimento.

Resumo dos Argumentos de Defesa da agência Versão BR:

1. Recurso da Lua Propaganda Ltda.

a) A Lua pediu a desclassificação da Versão BR, alegando inconsistência entre os envelopes 1 (proposta apócrifa) e 2 (proposta identificada).

- b) A Versão BR demonstrou que o conteúdo de ambos os envelopes é idêntico, conforme exigido no edital, e que a única diferença é a inserção da identificação da licitante, conforme previsto.
- c) A empresa argumentou que o recurso da Lua carece de fundamento técnico, sendo um ato meramente protelatório.
- d) Reforçou o pedido de desclassificação da empresa Binder, por utilizar, em sua proposta, recursos não previstos no edital (uso de "monitores da rede pública de saúde" como se fossem recursos próprios do CDHU), o que pode configurar violação ao princípio da isonomia e utilização de elementos não precificados.

19

2. Recurso da Mene e Portela Publicidade Ltda.

- a) A Mene apresentou documentos fora do prazo previsto no edital, violando a regra de apresentação no envelope 3.
- b) A Versão BR sustentou que aceitar documentos extemporâneos violaria o princípio da isonomia e o item 12.3.1 do edital, que veda a inclusão posterior de documentos.
- c) Apontou que a Mene apresentou prova de que a proposta da Calia ultrapassou o orçamento limite de R\$ 5 milhões, reforçando o pedido para que a comissão analise a desclassificação da Calia.

3. Recurso da Calia Y2 Propaganda e Marketing Ltda.

- a) A Versão BR argumentou que a Calia tenta reverter o julgamento da comissão técnica sem base objetiva, apenas por discordância nas notas atribuídas.
- b) Defendeu que a divergência de notas entre os avaliadores é legítima e não caracteriza ilegalidade, conforme previsto no art. 6º da Lei nº 12.232/2010.
- c) Concordou com a Calia no ponto sobre a irregularidade da inserção de um QR Code na proposta da Mene e Portela, que pode ter comprometido o sigilo das propostas.

20

Resumo das Alegações de Defesa da agência Propeg:

1. Contra o Recurso da Calia Y2 Propaganda

- a) Defesa da imparcialidade: A avaliação foi realizada de forma anônima, conforme prevê a Lei nº 12.232/2010, assegurando isonomia e impossibilitando reavaliação com identificação.
- b) Notas divergentes: A diferença entre notas superiores a 20% foi devidamente analisada pela Subcomissão Técnica, com manutenção justificada das pontuações originais.
- c) Raciocínio Básico: As justificativas das notas atribuídas foram compatíveis com o edital. A falta de detalhamento ponto a ponto não fere a legislação.

- d) Estratégia de Comunicação: A Calia tenta reinterpretar sua proposta em sede recursal, o que não é permitido.
- e) Ideia Criativa: A nota da Calia foi fundamentada em critérios objetivos e subjetivos adequados, considerando qualidade estética, originalidade e alinhamento com os objetivos da CDHU.

2. Contra o Recurso da Lua Propaganda

- a) Cachê do comunicador: O valor referente ao cachê de Jonas Mendes constava corretamente na planilha de custos da Propeg, demonstrando que a alegação da Lua é infundada.
- b) Apuração dos indicadores: A apresentação consolidada dos dados de cobertura e frequência foi tecnicamente correta e está de acordo com as práticas de mercado.
- c) Pedidos de reavaliação: A Lua não trouxe provas objetivas para justificar a reanálise de sua proposta, limitando-se a alegações genéricas e sem fundamentos concretos.
- d) Desdobramento de peças: A Lua apresentou adaptações simples para internet, não caracterizando um desdobramento completo de campanha.

21

3. Contra o Recurso da Versão BR Comunicação

- a) Capacidade de Atendimento: A Versão BR solicitou majoração de nota com base em períodos de experiência contados em duplicidade e funções não compatíveis com publicidade.
- b) Comprovação da experiência da equipe: A Propeg utilizou documentos válidos, como a Carteira de Trabalho Digital, aceita legalmente como prova.
- c) Declaração de RH: A assinatura da gerente de RH é legítima e pode ser confirmada publicamente. Não há exigência de que tais declarações sejam assinadas pelo representante legal da empresa.
- d) Formalismo moderado: Mesmo que houvesse dúvida sobre os documentos, seria possível sanar com diligência, conforme prevê o edital. O formalismo excessivo não deve prejudicar a vantagem da proposta.

22

Resumo das Alegações de defesa da agência Mene e Portella:**1. Defesa contra o Recurso da Calia Y2 Propaganda**

- a) A Calia questiona a pontuação atribuída à sua proposta, alegando discrepância entre as notas dos jurados.
- b) A Mene e Portella sustenta que a diferença de 9 pontos entre as notas está dentro do limite permitido de 20% do total (72 pontos), conforme Lei nº 12.232/2010.

- c) Defende que o julgamento da Subcomissão Técnica é definitivo e não pode ser revisado após a identificação das propostas (princípio do julgamento apócrifo).
- d) Ressalta que as notas da Calia foram corretamente justificadas pelos avaliadores e que a Calia tenta, indevidamente, substituir o juízo da Subcomissão por seu próprio entendimento.
- e) Rechaça as críticas feitas pela Calia à qualificação e capacidade dos membros da Subcomissão Técnica.
- f) Refuta a alegação da Calia de que houve quebra de sigilo em função de QR Code na proposta da Mene e Portella. Demonstra que o QR Code não direciona para link externo e não há qualquer elemento que permita a identificação da autoria da proposta.
- g) Alega que o recurso da Calia tenta reduzir a nota da Mene e Portella sem apresentar elementos objetivos ou fatos concretos.

23

2. Defesa contra o Recurso da Lua Propaganda

- a) A Lua alegou que as peças de não mídia da Mene e Portella não estavam no resumo geral de investimento, o que, segundo a defesa, é incorreto, pois as peças de não mídia não geram

investimento em mídia e foram corretamente alocadas na planilha de produção.

b) A Mene e Portella reforça que as peças e custos de não mídia foram previstos na planilha e devidamente analisados pela Subcomissão.

c) A Lua também alegou que não foi apresentada metodologia para aferição de resultados, mas a Mene e Portella esclarece que a utilização de métricas e ferramentas de mensuração é prática consolidada e implícita em campanhas publicitárias modernas.

24

3. Argumentos Centrais da Mene e Portella

a) O julgamento técnico das propostas é definitivo e irrecorrível após a identificação das propostas, salvo para correção de erros objetivos.

b) O recurso da Calia é baseado em interpretação incorreta da legislação e tenta reavaliar subjetivamente as propostas, o que é juridicamente vedado.

c) Não houve qualquer quebra de sigilo no caso do QR Code.

d) A Mene e Portella respeitou todas as exigências editalícias e apresentou proposta técnica completa, com previsões adequadas de custos e metodologias de mensuração.

Resumo das Alegações de defesa da agência Lew'Lara\TBWA:

1. Defesa contra os recursos da Lua Propaganda e da Versão BR

- a) As empresas recorrentes questionaram as notas atribuídas às suas propostas e solicitaram desclassificação ou redução de pontuação da Lew'Lara\TBWA.
- b) A Lew'Lara defende que as recorrentes apresentaram argumentos subjetivos e sem fundamento técnico ou jurídico para alterar as notas da Subcomissão Técnica.
- c) Reafirma que o julgamento das propostas publicitárias possui um componente subjetivo inerente, reconhecido na legislação, e que a decisão da Subcomissão Técnica deve ser respeitada.

25

2. Defesa específica contra a Lua Propaganda

- a) A Lua alegou falhas na proposta da Lew'Lara, como:
 - (i) Ausência de peças de não mídia;
 - (ii) Falhas na simulação de táticas de não mídia;
 - (iii) Ausência de custos de locação, tapumes, registro na ANCINE, e apresentação inadequada de honorários.
- b) A Lew'Lara demonstrou que:
 - (i) As peças de não mídia estavam previstas como recursos próprios da CDHU e devidamente apresentadas.
 - (ii) A simulação das ações de não mídia foi realizada com ferramenta técnica apropriada (Geofusion).

(iii) Os custos de locação, tapumes e registros estavam incluídos nos valores globais das peças audiovisuais.

(iv) Os percentuais de distribuição de verba entre canais de TV foram corretamente estruturados e mal interpretados pela recorrente.

(v) Os honorários foram apresentados de forma clara e conforme as práticas do mercado publicitário.

(vi) A apresentação foi concisa, como permitido pelo edital, sem prejuízo da estratégia e da coerência.

3. Defesa específica contra a Versão BR

26

a) A Versão BR alegou que os documentos de qualificação técnica e capacidade de atendimento da Lew'Lara não estavam autenticados.

b) A Lew'Lara esclareceu que:

(i) O edital permitia a apresentação de documentos em cópia simples, desde que conferidos com os originais ou por diligência da Comissão.

(ii) A jurisprudência majoritária rejeita formalismos excessivos que não causem prejuízo ao certame.

(iii) Diversos documentos apresentados eram digitais natos, com validade jurídica plena, como a Carteira de Trabalho Digital e documentos assinados via DocuSign.

c) Concluiu que a alegação da Versão BR é meramente formal e improcedente.

4. Erro Material

a) A Lew'Lara identificou um erro material na pontuação atribuída à experiência de um de seus profissionais, que deveria ter recebido nota maior, elevando a média geral da equipe no quesito "Capacidade de Atendimento".

Resumo das Alegações de defesa da agência da CC&P:

1. Defesa contra as Alegações da Lua Propaganda

a) A Lua alegou que a CC&P:

27

(i) Não listou todas as peças de mídia e não mídia na proposta.

(ii) Não apresentou períodos de veiculação dos recursos próprios.

(iii) Informou produção de apenas uma capa para redes sociais.

(iv) Apresentou percentuais de mídia inconsistentes.

Respostas da CC&P:

a) Listagem das peças:

(i) A CC&P apresentou todas as peças, incluindo as de mídia e não mídia, conforme exigido no edital.

(ii) Indicou que a recorrente interpretou de forma incorreta as planilhas apresentadas.

(iii) Explicou que as peças de mídia estavam corretamente listadas na planilha "Planilha 2 - Cronograma Geral" e que todas as peças (mídia, não mídia e produção) estavam na "Planilhão - Resumo Geral de Mídia, Não Mídia e Produção".

b) Período de veiculação dos recursos próprios:

(i) Os períodos de veiculação dos recursos próprios foram devidamente apresentados na planilha "Recursos Próprios" (Anexo 4), com indicação das redes sociais, quantidades de peças e períodos.

28

c) Capas para redes sociais:

(i) A CC&P apresentou produção de capas para Facebook, Instagram, X (antigo Twitter) e YouTube, nos formatos exigidos, com quantidades, períodos e valores claramente definidos.

d) Percentuais de mídia:

(i) Os percentuais e valores apresentados na "Planilhão" estavam corretos, com perfeita correspondência entre as peças propostas e os valores orçados, em conformidade com o edital.

2. Comportamento da Recorrente

a) A CC&P destacou que a Lua Propaganda apresentou recursos contra praticamente todas as agências melhor classificadas no certame, indicando uma possível tentativa de protelar o processo licitatório, o que fere os princípios da boa-fé, celeridade e economicidade.

II DA ANÁLISE DOS ARGUMENTOS – A comissão de julgamento analisou detidamente todos os argumentos apresentados pelas licitantes recorrentes, bem como todas as respectivas contrarrazões. Da análise detida dos argumentos infere-se que não socorre razão às recorrentes. Após exame detalhado de todos os recursos e manifestações apresentadas, a Comissão deliberou sobre as alegações das recorrentes, as recorrentes apresentaram questionamentos relacionados a supostas irregularidades materiais nas propostas; alegados erros na atribuição das notas técnicas; supostos descumprimentos das exigências editalícias. No tocante à análise dos profissionais indicados pela licitante Versão BR, cumpre esclarecer que, com relação ao profissional Fernando Massoli Lopes, o período de 21/02/2011 a 03/02/2012 não foi considerado para pontuação, uma vez que se trata de período concomitante à experiência já computada na TV Imperador Ltda. (13/10/2008 a 30/01/2012), bem como à atuação no Departamento de

29

JAN 30 02:53:30

1708401.404

Comunicação do Município de Sertãozinho. Conforme critério isonômico aplicado a todos os licitantes, períodos concomitantes não foram pontuados, motivo pelo qual se manteve a atribuição de 1 (um) ponto a este profissional. Quanto a profissional Talita Borge Junqueira Rodrigues Shiavinato, o registro apresentado não foi considerado para pontuação, haja vista que o objeto da contratação refere-se à prestação de serviços de publicidade. O item 6.5 do edital exige experiência especificamente na área de comunicação publicitária, porém a profissional apresentou registro de vínculo com a empresa “Editora Suave Ltda.”, com a ocupação de “arquivista pesquisador (jornalismo)”. A natureza da empresa, conforme a própria razão social diz, bem como em consulta à Jucesp, refere-se à edição de revistas, o que não se enquadra nos critérios exigidos. Assim, não houve acréscimo de ponto para este subquesto. Ademais, após criteriosa análise das contrarrazões apresentadas pelas agências recorridas, restou plenamente demonstrado que todas as questões técnicas e formais levantadas pelas recorrentes foram adequadamente esclarecidas pelas agências em suas defesas. As propostas analisadas atenderam ao edital e à legislação vigente, inclusive quanto ao julgamento apócrifo e à imparcialidade. Os critérios de avaliação e as notas atribuídas foram corretamente aplicados, estando em plena

30

conformidade com os parâmetros estabelecidos no edital. As divergências de notas entre os avaliadores, quando existentes, foram justificadas e aceitas dentro da margem permitida pela legislação (Lei nº 12.232/2010). Os pedidos de desclassificação ou de alteração de pontuação basearam-se, em grande parte, em interpretações subjetivas e/ou formalismos excessivos que, conforme entendimento consolidado da jurisprudência e do próprio edital, não devem prevalecer, sobretudo quando não causam prejuízo à isonomia, à competitividade e à seleção da proposta mais vantajosa. Diante do exposto, a Comissão Julgadora nega provimento a todos os recursos interpostos, considerando que todas as questões e alegações das recorrentes foram devidamente elucidadas pelas contrarrazões, bem como que não foram constatados erros materiais ou vícios capazes de alterar o resultado do julgamento técnico. Acolher os recursos representaria excesso de formalismo, o que contraria os princípios da razoabilidade, proporcionalidade e vantajosidade previstos na legislação aplicável.

31

III - DECISÃO

Esta Comissão, por unanimidade, decide manter a classificação das propostas técnicas conforme julgamento anterior e ratificar

as notas atribuídas pela Subcomissão Técnica. Assim,
encaminhem-se os autos à autoridade competente para que decida.

Documento assinado digitalmente
gov.br IRACEMA MARIA DOS SANTOS ADÃO
Data: 18/07/2025 12:39:44-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

IRACEMA MARIA DOS SANTOS ADÃO
PRESIDENTE

ALESSANDRA
CRISTINA GIROTTI
RODRIGUES

Assinado de forma digital por
ALESSANDRA CRISTINA GIROTTI
RODRIGUES
Dados: 2025.07.16 12:16:24 -03'00'

ALESSANDRA CRISTINA GIROTTI RODRIGUES
MEMBRO



Documento assinado digitalmente
FABIO NASCIMENTO DE JESUS
Data: 16/07/2025 12:53:54-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

MARIA REGINA PEREIRA BUCCO
MEMBRO REPRESENTANTE
DA SOCIEDADE CIVIL

FÁBIO NASCIMENTO DE JESUS
MEMBRO