

ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DA PARAÍBA.

REF: Concorrência Pública nº 01/2019 – ALPB (Contratação de Serviços de Publicidade)

A subcomissão técnica em atenção aos recursos administrativos apresentados pelas licitantes CIDADE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, 9IDEIA COMUNICAÇÃO e SALA 10 COMUNICAÇÃO, e também das contrarrazões apresentadas pelas empresas 9IDEIA COMUNICAÇÃO, SALA 10 COMUNICAÇÃO e a SIN COMUNICAÇÃO, apresenta, abaixo, as justificativas sobre as decisões de suas análises.

I – BREVE RELATÓRIO

Preliminarmente informamos que todos os procedimentos inerentes ao certame e a escolha dos membros dessa subcomissão técnica foram realizados em conformidade com as premissas legais norteadas pela Lei Federal 12.232/10, seguido das observâncias as regras do edital, onde a avaliação e pontuação dos envelopes foram recebidos e julgados da seguinte forma, senão vejamos:

Inverbis:

Art. 11, § 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

I - abertura dos 2 (dois) invólucros com a via não identificada do plano de comunicação e com as informações de que trata o art. 8º desta Lei, em sessão pública, pela comissão permanente ou especial;

II - encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento;

III - análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6º desta Lei;

IV - elaboração de ata de julgamento do plano e comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente **com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;**

V - análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º desta Lei, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

00
just
par

VI - elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso; (grifo nosso).

Transcrição do item 11.24 do edital, respectivamente da concorrência pública nº 01/2019:

11.24 – Feita a análise individualizada e o julgamento técnico do conteúdo do ENVELOPE nº 1, a subcomissão técnica entregará à CPL, os seguintes documentos:

- a) Planilha contendo as pontuações de cada concorrente relativa aos quesitos analisados;
- b) Justificativas escritas das razões que fundamentaram as pontuações, em cada caso;
- c) Ata de julgamento das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária assinada por todos os membros da subcomissão técnica;
- d) As vias apócrifas dos Planos de Comunicação Publicitária, com a indicação da pontuação final de cada um deles.

II – DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA:

Cabe a esta Subcomissão Técnica conferir um julgamento técnico, razoável e harmônico, neste certame onde a matéria é de natureza subjetiva, como a publicidade, conforme diz a Lei 12.232/10.

Cabe também comentar que o recurso administrativo é um instrumento legal nos processos licitatórios. Sob a visão das licitantes está apenas o trabalho apresentado, muitas vezes produto de horas de estudo e dedicação. Entretanto, do outro lado, está uma comissão de avaliação técnica cuja ótica está voltada para o todo, para o conjunto das propostas apresentadas e que, como uma análise SWOT, destaca os pontos fortes e fracos, do conjunto de propostas apresentadas, no nosso caso, das 5 (cinco) licitantes concorrentes nesse certame.

Para sermos justos e objetivos, fizemos uma avaliação inicial de todas as propostas, pontuamos todos os quesitos e subquesitos individualmente e, ao final, conhecendo todos os conteúdos apresentados e comparados entre si, formulamos as justificativas apresentadas, construídas após as devidas análises.

Vamos justificar, aqui, apenas os assuntos de ordem técnica, onde nossa Subcomissão Técnica foi citada, deixando de lado os comentários e raciocínios de ordem administrativa, política ou de qualquer natureza.

III – SOBRE OS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

LICITANTE CIDADE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE: /

0
AUT
pel.

1. A licitante alega inicialmente no primeiro recurso interposto que no julgamento das propostas, por parte da Subcomissão Técnica, não foram observados as exigências do edital e o descumprimento por parte das licitantes concorrentes.

2. Sobre a licitante SIN COMUNICAÇÃO, questiona a empresa CIDADE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, que teria desatendido o item "c" da página 32 do edital, por não ter apresentado as duas peças exigidas para o público interno, requerendo perda da metade dos pontos pela tal irregularidade e consequentemente desclassificação do certame.

3. Sobre a licitante SALA 10 COMUNICAÇÃO, questiona a empresa CIDADE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, que teria desatendido o item "c" da página 32 do edital, por não especificar em um de seus exemplos de peças as variações do "Banner de Internet", levando a interpretar que a ausência da especificação deveria ser considerado como peça avulsa, tendo a licitante ultrapassado o limite de peças a serem apresentados, em desacordo com a exigência do edital, requerendo perda da metade dos pontos e consequentemente desclassificação do certame.

4. Sobre a licitante 9IDEIA COMUNICAÇÃO, questiona a empresa CIDADE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, que teria desatendido o item "c" da página 32 do edital, por não ter apresentado as duas peças exigidas para o público interno, requerendo perda da metade dos pontos pela tal irregularidade e consequentemente desclassificação do certame.

5. Ainda sobre a licitante 9IDEIA COMUNICAÇÃO, questiona a empresa CIDADE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, que teria descumprido o item 3.5 da página 27, tendo apresentado o plano de mídia com período de 31 dias em desacordo com a exigência do edital, requerendo perda da metade dos pontos e consequentemente desclassificação do certame.

6. Sobre a licitante MIX COMUNICAÇÃO, questiona a empresa CIDADE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, que teria desatendido o item "c" da página 32 do edital, por não ter apresentado os exemplos de peças eletrônicas em CD ou DVD em desacordo com a exigência do edital, requerendo perda da metade dos pontos e consequentemente desclassificação do certame.

7. No segundo recurso interposto, a licitante CIDADE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, solicita reforma de pontuação, afirmando que as justificativas das notas fogem da realidade fática e jurídica, vulnerando os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, probidade, vinculação ao instrumento convocatório e do julgamento objetivo, afrontando o que rege a lei 8.666/93.

[Handwritten signature]
Pal.

8. Por fim requer a licitante CIDADE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE: Que a subcomissão técnica reconsidere a decisão, visando atribuir nota máxima a todos os itens (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação).

LICITANTE 9IDEIA COMUNICAÇÃO:

1. A licitante pelo que consta o conteúdo de sua peça recursal traduz que houve um equívoco por parte da Subcomissão Técnica correspondente a soma das notas referentes ao plano de comunicação e especifica que tal erro contempla o item a.3, "ideia criativa" onde sua pontuação foi de 15,33 pontos e o correto seria 15,34 pontos, havendo uma diferença de 0,1 décimo. Havendo correção sobre a pontuação citada o total geral seria de 80,33 pontos.

2. Em seguida a licitante alega que a subcomissão técnica utilizou-se da mesma justificativa em razão da pontuação dada a SALA 10 COMUNICAÇÃO no quesito repertório tendo atribuído pontuação com média de 9,00 pontos enquanto a própria licitante 9IDEIA COMUNICAÇÃO obteve a pontuação média de 8,83 pontos.

3. Nesse mesmo sentido alega a licitante que a pontuação dada pela subcomissão técnica em relação ao quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, foi de 2,00 pontos, enquanto sua pontuação máxima era 2,50 pontos, confirmando que a pontuação atribuída demonstraria inconsistência em virtude das "justificativas das razões que fundamentaram as pontuações", sem ter comprovado razões técnicas que levaram a registrar tal pontuação.

4. A licitante em razão de sua peça recursal apresenta questionamentos correspondente a pontuação atribuída a licitante SIN COMUNICAÇÃO, alegando que a referida licitante teria apresentado informações falsas em relação a sua capacidade de atendimento, tendo elencado clientes que não fazem parte do seu portfólio, sendo eles: SEBRAE DE ALAGOAS, FIBRA CONSTRUTORA, GRUPO DIGNA, ELETROBRÁS, MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO DA PARAÍBA, MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO DE RORAIMA.

5. Além disso a licitante 9IDEIA COMUNICAÇÃO aponta em sua peça recursal que a licitante SIN COMUNICAÇÃO em relação à instalação, infraestrutura e recursos materiais havia informado que a licitante não teria unidade de atendimento em Brasília e que teria constatado tal informação após diligência no local e através de pesquisa à junta comercial.

6. Diante a licitante 9IDEIA aponta que no quesito "ideia criativa" a licitante SIN COMUNICAÇÃO não teria apresentado título no material do quesito, assim como no outro quesito "estratégia de mídia e não mídia".

[Handwritten signatures]

632
TR

7. Para o mesmo quesito a licitante alega que a SIN COMUNICAÇÃO descumpriu o item c, da página 32 do edital, tendo apresentado para o exemplo de peças referente ao ambiente web o formato de MP4 como vídeo finalizado e não como monstro.

8. Em seguida a licitante aponta que a SALA 10 COMUNICAÇÃO apresentou diversas inconformidades em sua documentação descumprindo as regras do edital.

9. Segundo a licitante demonstra em sua peça recursal que a SALA 10 COMUNICAÇÃO apresentou o plano de comunicação fora da formatação, conforme exigia o item 3.5, alínea "d" do edital, com espaçamento "normal" ao invés de "simples" conforme estabelece o instrumento convocatório.

10. Adiante alega a licitante que a empresa SALA 10 COMUNICAÇÃO no quesito "Estratégia de Mídia e Não Mídia" não apresentou na simulação da distribuição das peças da ideia criativa os valores "absolutos e percentuais" dos investimentos alocados em mídia e produção separadamente.

11. Dando sequência alega a licitante que a SALA 10 COMUNICAÇÃO apresentou DVD com a indicação do nome da marca do fabricante e esse mesmo modelo teria sido apresentado no outro envelope n.3, cujo objeto seria passível de identificação.

12. Na sequência, demonstra a licitante que a SALA 10 COMUNICAÇÃO cometeu um erro relativo à capacidade de atendimento, precisamente no que diz respeito as "informações de marketing e comunicação" dispondo a Prefeitura de Petrolina em vez de Assembleia da Paraíba uma série de informações de comunicação e marketing.

13. Em outro ponto alega a licitante que a SALA 10 COMUNICAÇÃO em relação ao quesito "repertório" não apresentou a indicação do problema, em desacordo com a exigência do edital no item 5, do anexo III.

Por fim requer a licitante 9IDEIA: reexame na pontuação de sua proposta, desclassificação das empresas SIN COMUNICAÇÃO E SALA 10 COMUNICAÇÃO ou reexame da pontuação atribuída às duas licitantes.

LICITANTE SALA 10 COMUNICAÇÃO:

1. A licitante alega inicialmente que a empresa SIN COMUNICAÇÃO apresentou o material encadernado no envelope 1 diferente do envelope 2, existindo formatação diferente nos projetos e desconformidades das páginas entre os dois envelopes tendo essa diferença segundo a recorrente apresentado identificação na campanha.

of
AUX
Pal.

2. Diante a licitante conforme está exposto em sua peça recursal informa que a empresa SIN COMUNICAÇÃO apresentou CDS/DVDS com mesma marca e adesivagem, tornando o material identificável, podendo ser considerado como sinal ou marca.

3. Além disso a licitante questiona o motivo de sua pontuação em relação ao quesito "capacidade de atendimento" ter sido inferior, justificando ter a licitante em relação ao seus clientes porte e tradição quando comparados com o da empresa SIN COMUNICAÇÃO.

4. Aponta a licitante em sua peça recursal que haveria uma suspeição por parte de um membro da subcomissão técnica, alegando que o Sr. Paulo André Leite de Castro Leitão teria sido ex-funcionário de uma empresa chamada Três Comunicação Ltda., onde essa teria existido acordo comercial com a SIN COMUNICAÇÃO no ano de 2016, fato que poderia contaminar a isenção do processo licitatório.

5. Por fim requer: Que os atos da concorrência sejam anulados, que seja desclassificada a SIN COMUNICAÇÃO, que sejam reanalisadas as notas aplicadas a SALA 10 COMUNICAÇÃO e SIN COMUNICAÇÃO correspondente ao plano de comunicação publicitária e a capacidade de atendimento, que seja suspenso o certame, que sejam notificados os interessados na forma da lei.

IV - DAS CONTRARRAZÕES APRESENTADAS

LICITANTE 9IDEIA COMUNICAÇÃO

1. A licitante alega inicialmente que não descumpriu o item 3.14, alínea "c" da página 32 do edital conforme sustenta o recuso apresentado pela empresa CIDADE PUBLICIDADE, tendo apresentado duas peças referente ao público interno, sendo elas: Cartaz Servidor, Card para Whatsaap.

2. No segundo momento a licitante aponta que não descumpriu o período de realização da campanha, como aponta o recurso da empresa CIDADE PUBLICIDADE, tendo a licitante atendido a regra do edital que demonstra que o prazo para veiculação da campanha era de 30 (trinta) dias. A licitante informou que o período de veiculação ocorreu do dia 02 até o dia 31, respeitando o prazo e atendendo a regra do instrumento convocatório.

3. Diante a licitante em suas contrarrazões questiona o tópico apresentado pelo recurso da empresa SALA 10 COMUNICAÇÃO, em relação a suspeição de membro da subcomissão técnica, afirmando que o prazo para impugnação de tal membro havia sido precluso e que as provas trazidas pela empresa SALA 10 COMUNICAÇÃO não havia demonstrado qualquer favorecimento ou limitação da concorrência em virtude de um suposto vínculo existe entre um membro da subcomissão técnica e a empresa SIN COMUNICAÇÃO.

4. Por fim requer: O indeferimento dos recursos apresentados pelas empresas CIDADE PUBLICIDADE e SALA 10 COMUNICAÇÃO.

LICITANTE SALA 10 COMUNICAÇÃO

1. A licitante em suas contrarrazões afirma que os argumentos questionados nos recursos interpostos pelas outras licitantes são de natureza frágil sem sustentação não havendo base sólida que lastrei as supostas impropriedades apontadas.
2. Adiante alega a licitante que a irregularidade n. 01 que trata sobre a utilização de espaçamento simples entre linhas não procedia, pois nos exemplos apresentados como irregulares não havia sido considerado o uso de caixa alta entre os tópicos, não prejudicando a horizontalidade da peça, muito menos a sua identificação.
3. Em outro ponto a licitante informa que apresentou os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em produção na forma prevista no edital.
4. Também aponta a licitante que a suposta identificação dos CDS/DVDS conforme é demonstrado no recurso apresentado pela 9IDEIA COMUNICAÇÃO não se sustenta, uma vez que a marca apontada é da empresa fabricante da mídia, sendo impossível que se caracterize marca ou sinal de identificação da concorrente. Além disso alega a licitante que o erro relatado pela recorrente 9IDEIA COMUNICAÇÃO a respeito das “informações de marketing e comunicação” foi um erro de edição, sendo o conteúdo apresentado objeto da concorrência.
5. No último ponto abordado pelas contrarrazões apresentadas, a licitante alega em relação as peças do repertório apresentado que foi feito em texto corrido, com a indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver, atendendo a exigência do edital.
6. Por fim requer, o indeferimento do recurso apresentado pela empresa 9IDEIA COMUNICAÇÃO, alegando que não há elementos factuais e jurídicos que a sustentem.

LICITANTE SIN COMUNICAÇÃO

1. Inicialmente alega a licitante que as razões recursais promovidos pelas outras empresas CIDADE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, 9IDEIA COMUNICAÇÃO e SALA 10 COMUNICAÇÃO são frágeis e desprovidas de sustentação.
2. Adiante a licitante aduz considerações acerca da natureza e da complexidade dos serviços de publicidade.
3. A licitante traz no corpo de suas contrarrazões explicações sobre sua capacidade técnica, demonstrando no teor do documento sua capacidade de atendimento, citando inclusive clientes que são ou foram atendidos pela empresa. Aponta no conteúdo do documento certificações relativos a gestão de atividades e de pessoas, como exemplo o PPQ (Programa Paraibano de Qualidade) e o GPTW (Great Place to Work). Ademais esboça resumo sobre sua trajetória durante 13 anos de trabalho.

4. Sobre o recurso da empresa CIDADE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, alega a licitante que a empresa SIN COMUNICAÇÃO teria descumprido a alínea "c" do item 3.14 do edital, tendo apresentado uma peça para o público interno. Já a empresa SIN COMUNICAÇÃO no conteúdo de suas contrarrazões demonstra que atendeu a exigência do certame apresentando duas peças para o público interno sendo uma "Wallpaper e outra Newsletter".

5. Sobre o outro recurso apresentado pela empresa CIDADE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, a licitante SIN COMUNICAÇÃO traz à tona o princípio da unicidade, evidenciando que não é permitido a interposição de dois recursos pela mesma empresa contra a mesma decisão, requerendo que não seja objeto de acolhimento.

6. Em outro ponto alega a licitante que as considerações delineados no segundo recurso apresentado pela empresa CIDADE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE são dotados de argumentos de evidente generalidade e infundados em relação aos questionamentos em referência ao pedido de reexame de sua pontuação por não achar satisfatória as justificativas dadas para a nota. Aponta a licitante que os critérios questionados foram expressamente indicados no edital como definidores no julgamento das propostas.

7. A licitante em outro momento esclarece sobre o recurso da empresa 9IDEIA COMUNICAÇÃO que os clientes apresentados na concorrência foram todos elencados como contemporâneos na época da licitação, tendo demonstrado que o procedimento licitatório está tramitando desde o dia 11 de fevereiro de 2019. Aponta ainda a licitante como essência da norma de que o objetivo é comprovar que a empresa tem competência e aptidão para cumprir o objeto do edital. Traz como prova a apresentação da relação contratual com esses clientes, os comprovantes de pagamentos e demonstra alguns exemplos de trabalho realizados.

8. No outro ponto a licitante demonstra em relação ao recurso apresentado pela empresa 9IDEIA COMUNICAÇÃO que possui unidade de atendimento na cidade de Brasília/DF tendo apresentado como prova no anexo de suas contrarrazões a alteração contratual sobre criação de filial, comprovante de inscrição e situação cadastral e alvará de funcionamento alegando que estaria evidente a má-fé da empresa 9IDEIA COMUNICAÇÃO numa tentativa de induzir a comissão ao erro.

9. Também alega a licitante em relação a inexistência de título no quesito "ideia criativa" e "estratégia de mídia e não mídia" apontada no recurso da empresa 9IDEIA COMUNICAÇÃO que o material foi apresentado em texto corrido, sendo identificável, a partir de simples leitura, oferecendo nenhum obstáculo a compreensão do conteúdo do material.

10. Sobre o suposto descumprimento do item 3.14, alínea "c", do Anexo III, esclarece a licitante que o argumento apresentado pela empresa 9IDEIA COMUNICAÇÃO é dotado de generalidade. Acrescenta que os exemplos de peças para a internet foi apresentado em MP4 e de que não havia exigência de que somente os formatos que foram elencados como exemplo seriam aceitos.

J
M
pel

11. Sobre a rediscussão quanto a pontuação estabelecida a empresa 9IDEIA COMUNICAÇÃO, alega a licitante SIN COMUNICAÇÃO que não merecem acolhimento, pois a licitante 9IDEIA COMUNICAÇÃO teria apresentado um conceito criativo contendo fragilidade criativa, com certa desavença em relação a técnica da propaganda, pois teria apresentado conceito criativo o mesmo utilizado pelas Assembleias dos estados de Pernambuco e Goiás, além da OAB do estado do Maranhão. Afirma a licitante que o conceito criativo apresentado pela 9IDEIA COMUNICAÇÃO não havia emprego de lógica, metodologia e dados.

12. Conclui-se ainda a licitante demonstrado no conteúdo de suas contrarrazões que a licitante 9IDEIA COMUNICAÇÃO dispõe de profissionais que acumulam funções nos departamentos da empresa afirmando que existe uma limitada capacidade de atendimento para órgão licitante.

13. Adiante em relação ao recurso apresentado pela empresa SALA 10 COMUNICAÇÃO sobre suposta identificação do material, alega a licitante SIN COMUNICAÇÃO que o conteúdo apresentado nos envelopes 1 e 2 são idênticos, justifica que trata-se de mera formalidade na formatação das páginas no momento de sua impressão, fato este que não possui potencial de identificação, pois os envelopes foram abertos em momentos distintos.

Sobre os CDS/DVDS a licitante justifica que foram apresentados no mesmo padrão e na cor branca, sem nenhum tipo de identificação, devido a isso os argumentos apresentados pela empresa SALA 10 COMUNICAÇÃO devem ser rejeitados.

14. Em sequência a licitante justifica a respeito de um dos tópicos apresentados no recurso da empresa SALA 10 COMUNICAÇÃO sobre a suspeição de membro da subcomissão técnica, que esse assunto deve ser tratado pelo órgão licitante, posteriormente considera a licitante SIN COMUNICAÇÃO que o tema não deve ser reconhecido, haja vista a ocorrência de preclusão temporal.

15. Noutro ponto em relação ao recurso apresentado pela empresa SALA 10 COMUNICAÇÃO, no que diz respeito a rediscussão quanto a pontuação que havia sido estabelecida, a licitante SIN COMUNICAÇÃO, alega que não merece ser objeto de acolhimento, tecendo considerações em suas contrarrazões de que a empresa SALA 10 COMUNICAÇÃO não apresentou no quesito "relatos de soluções de problemas de comunicação" qualquer trabalho de convergência, também nenhuma métrica, número ou indicador que demonstrasse o resultado aferido em tal peça. A licitante informa que a empresa SALA 10 COMUNICAÇÃO traz alguns adjetivos para engradecer o trabalho, além disso revela a licitante que a empresa SALA 10 COMUNICAÇÃO não teve cuidado em sua redação, tendo citado a Prefeitura de Petrolina como sendo o cliente.

16. Por fim requer: Que os recursos apresentados sejam rejeitados, devendo se manter incólume o julgamento que foi efetivado, tendo em vista ter sido realizado em observância as regras previstas no edital.

V – DA ANÁLISE DOS RECURSOS E CONTRARRAZÕES:

[Handwritten signature]
[Handwritten signature]
[Handwritten signature]

DA LICITANTE CIDADE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

Em relação aos questionamentos apontados no recurso apresentado pela empresa Cidade Agência de Publicidade, a Subcomissão Técnica assegura que foram observadas e cumpridas todas as exigências contidas no edital, e que cada avaliador, em síntese, levou em consideração a “criatividade”, foco no tema da campanha, entendimento rápido do público alvo, objetividade e se cada agência seguiu tudo o que a licitação exigia, o que satisfaz o processo licitatório em questão.

Sobre o questionamento de que a licitante SIN COMUNICAÇÃO teria desatendido o item “c” da página 32 do edital, por não ter apresentado as duas peças exigidas no edital, a Subcomissão Técnica considera improcedente o questionamento, tendo a empresa SIN COMUNICAÇÃO apresentado o número de peças exigidos no edital, sendo duas peças voltadas para o público interno “newsletter e wallpaper”, portanto o argumento considerado não é válido.

Em relação ao questionamento sobre a licitante Sala 10 Comunicação de que também teria desatendido o item “c” da página 32 do edital, por não apresentar as variações do formato do banner de internet, levando a interpretar que a ausência da especificação deveria ser considerado como peça, a subcomissão técnica ao analisar o conceito apresentado no julgamento das vias não identificadas verificou que a licitante apresentou uma peça correspondente a um “web banner” animado/gif, tendo compreendido que as imagens apresentadas na ideia criativa, justificava as fases da peça, simulando como seria a aplicação nos portais/blogs e a falta de especificação do formato é mera formalidade que não vem a prejudicar o conteúdo da proposta apresentada.

Em referência a licitante 9Ideia Comunicação, a recorrente questiona a Subcomissão Técnica trazendo o apontamento de que a licitante também teria desatendido o item “c” da página 32 do edital, por não ter apresentado duas peças para o público interno, mas a alegação é desprovida talvez da falta de conhecimento da recorrente, pois o conceito apresentado pela 9Ideia Comunicação atendeu ao exigido no edital, tendo a licitante apresentado dois exemplos de peças voltados para o público interno, sendo eles, “Cartaz para Servidor Público” e outro correspondente a um “Card para Whatsapp”, meio que pode ser adotado para o que é exigido no certame.

Adiante, a recorrente continua questionando a Subcomissão Técnica em relação a empresa 9Ideia Comunicação, alegando que teria descumprido o item 3.5 da pág. 27, por ter apresentado o plano de mídia com período de 31 dias. A Subcomissão ao analisar os recursos e contrarrazões concluiu que o conceito apresentou programação de inserções no período de 30 (trinta) dias, dentro do que exigia o edital, sendo assim, decide não concordar com a alegação da recorrente.

Sobre outro ponto, a recorrente dessa vez questiona a licitante Mix Comunicação, pois também teria desatendido o item “c” da página 32 do edital, por não ter apresentado os exemplos de peças eletrônicas em CD ou DVD, em desacordo com o edital. A Subcomissão esclarece que no julgamento das propostas prezou pelo conteúdo

[Handwritten signatures and initials]

apresentado em sua totalidade e, apesar da licitante não ter atendido esse item, não foi motivo para prejudicar o exame da matéria, nem muito menos prejudicou os demais envolvidos, pois se trata de um mero erro formal. Dessa forma, decidimos de forma unanime não acatar essa alegação.

Adiante, em um outro recurso apresentado pela empresa Cidade Agência de Publicidade, é questionado a essa Subcomissão Técnica sobre as justificativas das notas, que fugiriam da realidade fática e jurídica, vulnerando princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, probidade, vinculação e do julgamento objetivo. Sobre essa questão, a Subcomissão Técnica afirma que atendeu todas as exigências do edital, assim como atesta que seguiu de forma inequívoca aos preceitos mencionados, esclarece que a análise das propostas é feita de forma individual e de maneira independente sendo todos profissionais capacitados, da área de jornalismo/comunicação, com notório saber, tendo apresentado todas as razões e justificativas em planilhas encaminhadas à Comissão Permanente de Licitação.

Por fim, decide a Subcomissão não acatar os questionamentos da recorrente Cidade Agência de Publicidade, por serem desprovidos de fundamentação, pautada em formalismos apresentados nas propostas, típicos nas concorrências de publicidade, cuja avaliação é de conteúdo é estritamente técnica.

DA LICITANTE 9IDEIA COMUNICAÇÃO

A recorrente 9Ideia Comunicação traz como pauta, no início de seu recurso, questionamento que diz respeito a um equívoco na atribuição de sua pontuação realizado por essa Subcomissão Técnica, correspondente à soma das notas referentes ao plano de comunicação, onde sua pontuação no subquesto ideia criativa foi de 15,33 pontos e o correto seria 15,34 pontos, restando diferença de 0,1 décimo. Sobre esse questionamento, a Subcomissão Técnica explica que as notas atribuídas pelos membros são individuais e que devia respeitar intervalos de 0,5 (meio ponto) conforme dispõe o edital. Para atender as exigências de suas competências, a Subcomissão Técnica se utilizou de software LibreOffice (equivalente ao Excel) para aplicação das pontuações, tendo a pontuação da recorrente sido arredonda no formato padrão da ferramenta. Justifica essa Subcomissão que sobre esse questionamento já havia sido apresentado esclarecimentos na segunda sessão desse certame, conforme ata que foi lavrada e que deve constar nos autos do processo.

Adiante, a recorrente questiona essa Subcomissão Técnica em razão de ser apresentada a mesma justificativa da licitante Sala 10 Comunicação no quesito repertório tendo atribuído pontuação com média 9,00 pontos enquanto a própria recorrente obteve a pontuação média de 8,83 pontos. Sobre esse questionamento, a Subcomissão Técnica justifica que a média da pontuação corresponde ao somatório das notas individuais dada por cada membro e que as justificativas apresentadas foi pautada no entendimento do grupo acerca do quesito. Os dois conceitos tiveram avaliações distintas em valor individual, tendo cada membro, a liberdade de pontuar com base na

[Handwritten signature]
[Handwritten signature]
[Handwritten signature]

sua percepção da relação entre causa e efeito do conteúdo apresentado, sendo ambas devidamente elogiadas em suas argumentações.

No mesmo sentido, a recorrente questiona sobre a pontuação dada por essa subcomissão dessa vez em relação ao quesito "Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação", no que diz respeito à "consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução" tendo sua pontuação atingido a média de 2,00 pontos, enquanto a pontuação máxima do quesito era de 2,50 pontos. Alega a recorrente que as justificativas demonstravam inconsistências com relação às razões que fundamentaram as pontuações. Sobre esse questionamento a Subcomissão explica que existiu uma incoerência relatada em suas pontuações, devendo a recorrente, por decisão em conjunto pelos membros, ter sua pontuação ampliada nesse item em 0,50 (meio ponto). Entretanto, os dados apresentados em relação à "Relevância dos Resultados Apresentados" não foram aplicados em sua totalidade, por essa razão a licitante não obteve nota máxima no conjunto do quesito.

Questiona também a recorrente em relação à licitante Sin Comunicação, de que teria a empresa apresentado informações falsas em relação a sua capacidade de atendimento, tendo elencado clientes que não fazem parte do portfólio, sendo eles: Sebrae de Alagoas, Fibra Construtora, Grupo Digna, Eletrobras, Ministério Público do Trabalho da Paraíba e Ministério Público do Trabalho de Roraima. Sobre esse questionamento, a Subcomissão Técnica esclarece que aceitou como verdadeiras todas as informações apresentadas pelas concorrentes. Nesse subquesito, a licitante Sin Comunicação elencou clientes de grande porte no segmento público/privado em relação às demais concorrentes, para demonstrar isso, trouxemos como exemplo o grupo Energisa, companhia que atua na geração e comercialização de energia elétrica no Brasil, que licitante atende desde setembro de 2008. Ressalta-se que a essência da análise era julgar se cada proponente tinha condições técnicas de atender às demandas de um cliente como a Assembleia Legislativa da Paraíba. No caso do conceito citado, a concorrente atingia tal critério, principalmente por obter em sua carteira clientes que exige um alto nível de conhecimento técnico. Em relação ao ponto abordado pela recorrente de que a empresa teria elencado informações falsas, foi provado através de suas contrarrazões que suas relações comerciais são/foram existentes e que os exemplos dos trabalhos apresentados dispõem de uma estratégia de comunicação bem fundamentada, dessa forma conclui essa Subcomissão que os argumentos apresentados pela recorrente não serão acatados.

Em outro momento, a recorrente, em sua peça recursal, afirma, novamente sobre a licitante Sin Comunicação, no que se refere à "instalação, infraestrutura e recursos materiais", que a empresa não teria unidade de atendimento em Brasília, e que essa informação havia sido constatada após diligência no local. Sobre esse questionamento, a Subcomissão Técnica registra que nas contrarrazões apresentadas pela empresa Sin Comunicação está mais do que provado que existe uma filial na Capital Federal, tal comprovação nota-se através do cartão CNPJ apresentado pela empresa, com situação

of
MUT
ped.

6/10
TR

cadastral "ativa", alvará de funcionamento e a alteração do ato de constituição. Sendo assim, esse questionamento não apresenta nenhum fundamento.

Adiante, a licitante 9Ideia Comunicação aponta que no quesito "Ideia Criativa" a licitante Sin Comunicação não teria apresentado título no material do quesito, assim como em outro quesito "Estratégia de Mídia e Não Mídia" e tais falhas atrapalham e confundem a compreensão global do conteúdo do material, comprometendo a inteligibilidade da proposta. Em relação a esse quesito nota-se que a recorrente faz a sua própria avaliação técnica, função que é da Subcomissão Técnica, sem qualquer embasamento prático, pois a ausência de títulos não interferiu na interpretação das informações contidas na proposta durante sua análise e julgamento. Por essa razão o questionamento se mostra desprovido de fundamentação, segundo entendimento dos membros dessa Subcomissão.

Em mais um de seus questionamentos, a recorrente alega que a licitante Sin Comunicação descumpriu o item "c", da página 32 do edital, tendo apresentado para o exemplo de peças no ambiente web o formato do arquivo em MP4 como vídeo finalizado e não como monstro. Com relação a essa questão, a Subcomissão Técnica se ateve a todos os materiais apresentados, sendo todos vistos como protótipos ou monstros, já que a finalização do material só ocorre quando de sua veiculação. Por essa razão, essa Subcomissão decide não acolher essa alegação.

Questiona também a recorrente, dessa vez em relação à licitante Sala 10 Comunicação de que a empresa apresentou diversas inconformidades com o edital, tendo apresentado o plano de comunicação fora de formatação, conforme exigia o item 3.5, alínea "d" do edital, com espaçamento "normal" ao invés de "simples" de acordo com as exigências do edital. Em virtude desse questionamento, a Subcomissão Técnica registra que cada licitante se reserva ao direito de questionar qualquer incoerência detectada no curso do certame, entretanto, essa comissão julgadora entende que os detalhes formais não interferem no conteúdo apresentado e reitera que sua análise e julgamento foi totalmente balizada para buscar a proposta mais vantajosa e que garantisse o interesse público. Seguindo esse raciocínio, a Subcomissão decide por não acatar esse questionamento.

Adiante, alega a recorrente de que a licitante Sala 10 Comunicação no quesito "Estratégia de Mídia e Não Mídia" não apresentou na simulação da distribuição das peças da ideia criativa, os valores "absolutos e percentuais" dos investimentos alocados em mídia e produção separadamente. Sobre essa questão, essa Subcomissão esclarece que o conceito em questão apresentou o que era solicitado.

Sobre a licitante Sala 10 Comunicação, questiona a recorrente de que a empresa havia apresentado DVD com a indicação de marca do fabricante e esse modelo teria sido apresentado no outro envelope n.3, cujo objeto era passível de identificação. A Subcomissão técnica entende que o DVD apresentado não é passível de identificação,

J
MUF
pel.

441
TR

pois não registrava nem um sinal, marca, etiqueta ou qualquer outro elemento que pudesse evidenciar a qual licitante correspondia.

Na sequência, questiona a recorrente de que licitante Sala 10 Comunicação havia cometido um erro relativo à Capacidade de Atendimento, no que diz respeito às informações de “Marketing e Comunicação”, dispondo a Prefeitura de Petrolina em vez de Assembleia da Paraíba. Sobre essa questão, essa Subcomissão entende que foi um equívoco de edição/digitação, mas que não comprometeu a análise e julgamento do conteúdo apresentado. O mero erro formal não poderia comprometer os critérios adotados para avaliação dessa Subcomissão.

Alega ainda a recorrente de que a licitante Sala 10 Comunicação em relação ao quesito “repertório” não apresentou a indicação do problema, em desacordo com a exigência do edital no item 5, anexo III. Sobre tal alegação a subcomissão técnica registra que não houve desacordo com o exigido pelo edital, portanto não deve ser acolhido esse questionamento.

Por fim, decide a Subcomissão por acatar parcialmente os questionamentos da recorrente 9Ideia Comunicação, reconsiderando-se o julgamento do quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, devendo sua pontuação ser majorada em 0,50 (meio ponto). Sobre os demais questionamentos apontados pela recorrente, essa Subcomissão decide por não acolher, por ser fundamentado em apego desmesurado à literalidade miúda do dispositivo, não resultando em ofensa à igualdade e por se referir ao excesso de formalismo.

DA LICITANTE SALA 10 COMUNICAÇÃO

A recorrente questiona em sua peça recursal, com relação à licitante Sin Comunicação que o material apresentado no envelope 1 era diferente do envelope 2, existindo formatação diferente nos projetos e desconformidades das páginas entre os dois envelopes. Essa diferença, relatada pela recorrente, seria objeto passível de identificação. Da mesma forma em relação aos CDS/DVDS, a recorrente afirma que os a licitante Sin Comunicação apresentou a mídia com a mesma marca e adesivagem, tornando identificável o material colecionado. A respeito desse questionamento nós, membros dessa Subcomissão, enfatizamos que esse argumento não apresenta nenhuma fundamentação, os CDS/DVDS da licitante Sin Comunicação foram apresentados na cor branca, sem nenhum tipo de identificação. Registre-se que no edital não há nenhuma orientação ou exigência na apresentação desse tipo de peça. Caso existisse a indicação de autoria da licitante a recorrida teria incorrido no mesmo erro, por ter apresentado DVD de mesma marca/fabricante em seu plano de comunicação, conforme foi relatado no conteúdo do recurso administrativo apresentado pela licitante 9Ideia Comunicação. Sobre o conteúdo do envelope 1 ser diferente do 2, essa Subcomissão afirma que, durante o julgamento das propostas, só teve acesso à via não identificada e essa diferença não seria possível identificar naquele momento, entretanto, o questionamento da recorrente não merece ser acolhido, haja

441
TR

vista, que o conteúdo entre os envelopes 1 e 2 são idênticos. O que constatamos foi apenas diferença na formatação de algumas páginas, provavelmente devido a sua impressão, não havendo nenhum potencial de identificação de autoria na proposta, pois como já foi dito nas contrarrazões da licitante Sin Comunicação, os envelopes foram abertos em momentos diferentes.

Além disso questiona a recorrente o motivo de sua pontuação em relação ao quesito Capacidade de Atendimento ter sido inferior em relação ao da licitante Sin Comunicação. Justifica a recorrente ter seus clientes "porte e tradição" quando comparados com a licitante Sin Comunicação. Sobre esse questionamento justifica essa Subcomissão que a recorrente teve comprovados porte e tradição dos seus clientes, inclusive justificados nas razões das notas, entretanto, a licitante Sin Comunicação apresentou uma relação maior em quantidade e tamanho, senão vejamos: os clientes da recorrente se comparados com alguns exemplos da licitante Sin Comunicação por segmento: no setor varejo a recorrente atende ao Shopping Tambiá e Shopping Pátio Altiplano, já a Sin Comunicação atende Manaíra Shopping e Mangabeira Shopping; no setor público a recorrente demonstrou que atende a Prefeitura de São Bento, já a licitante Sin Comunicação elencou a Câmara Municipal de Vereadores de João Pessoa, Ministério Público do Trabalho de Roraima; no setor educacional a recorrente atende ao colégio Motiva, enquanto a licitante Sin Comunicação exemplificou Faculdades Unileão, de Juazeiro do Norte e Fecap, de São Paulo; sobre os demais a recorrente listou Sindifisco, Interblock, Execut Negócios Imobiliários, Sistema Correio de Comunicação, enquanto a Sin Comunicação apresentou o grupo Energisa, Sindicato das Empresas de Transporte Público e Urbano de João Pessoa, Unimed João Pessoa e Unimed Caruaru, dentre outros. A Subcomissão esclarece que é evidente que os clientes, apesar de ter "porte e tradição", se comparados um a um apresenta grande diferença, tendo a licitante Sin Comunicação maior capacidade de atendimento. Por esse motivo o questionamento não merece reforma.

A recorrente durante a explanação do conteúdo de sua peça recursal, traz questionamentos em relação a um dos membros dessa Subcomissão Técnica, alegando que no ano de 2016 o membro foi ex-funcionário de uma empresa que teria acordo comercial com a Sin Comunicação, fato que poderia contaminar a isenção do processo licitatório. Sobre esse questionamento essa Subcomissão repudia veementemente as ilações trazidas pela recorrente, destaca que a composição foi feita de acordo com a legislação e que todos os atos foram públicos, cabendo o direito inclusive a impugnações, fato não registrado nos devidos prazos.// Além disso, se não houvesse a imparcialidade adquirida e a discussão sobre o conteúdo das propostas em busca da mais vantajosa para Assembleia Legislativa da Paraíba, teria a licitante ficado em segundo lugar no certame? Demonstra com esse ato a recorrente, tentativa de desqualificar a presente e digna Subcomissão Técnica e o Poder Legislativo.

Por fim, decide a Subcomissão não acatar os questionamentos da recorrente Sala 10 Comunicação, por ser desprovidos de fundamentação, pautada em argumentos

[Handwritten signature]
P. P.

desarrazoados e no excesso de formalismos apresentados no conteúdo das propostas, típico nas concorrências de publicidade, cuja avaliação é estritamente técnica.

DA LICITANTE SIN COMUNICAÇÃO

A licitante no conteúdo de suas contrarrazões traz respostas em relação aos recursos apresentados questões a respeito da natureza e da complexidade dos serviços de publicidade, explicações sobre sua capacidade de atendimento, aponta questionamentos em relação a licitante 9Ideia Comunicação por ter apresentado conceito criativo contendo fragilidade criativa, tendo a licitante apresentado conceito criativo o mesmo utilizados nas Assembleias de Pernambuco e Goiás, além da OAB do estado do Maranhão. Afirma em relação a licitante 9Ideia Comunicação que os profissionais acumulam funções em alguns departamentos da empresa existindo limitada capacidade de atendimento para o órgão licitante. Sobre esse questionamento essa comissão julgadora esclarece que o papel do julgamento técnico é de responsabilidade da comissão, não acatando as avaliações técnicas argumentadas pela empresa, entende que a atividade de publicidade e propaganda são de natureza intelectual e singular, afirma que o momento da empresa demonstrar sua alta capacidade técnica foi no momento da apresentação das propostas técnicas, não cabendo mais nesse momento considerações a respeito desse quesito, haja visto, que o julgamento já foi realizado por essa comissão julgadora. Na sequência justifica que não acatará o questionamento em relação a licitante 9Ideia Comunicação alegando que a empresa teria copiado o conceito criativo de outros órgãos (Assembleia Pernambuco e Goiás) e a Ordem dos Advogados do Maranhão, entende essa comissão que essa atitude não é ilegal, até porque, talvez a construção do conceito serviu para ter uma linguagem única usando a experiência e o recall de uma campanha publicitária com o objetivo de ter a lembrança da sua marca após o lançamento de um determinado impulso publicitário. Sobre a alegação de acúmulo de funções por parte de alguns colaboradores da licitante 9Ideia Comunicação o argumento não será considerado, pois a sistemática de atendimento de uma empresa é decido pela mesma, na melhor forma que achar conveniente, desde que propicie uma sinergia interna e proporcione uma adequada metodologia de trabalho.

Por fim, decide a Subcomissão por não acatar os questionamentos da recorrente Sin Comunicação, por ser pautada em excesso de formalismos apresentados no conteúdo das propostas, típico nas concorrências de publicidade, cuja avaliação é estritamente técnica.

VI – CONCLUSÃO:

Nesse sentido e por todo o exposto, esta Subcomissão Técnica julga improcedentes os recursos e as contrarrazões apresentados pelas empresas Cidade Agência de Publicidade, Sala 10 Comunicação e Sin Comunicação, decide, acatar parcialmente o recurso da empresa 9Ideia Comunicação, devendo sua pontuação no

Q
PUC
PUC

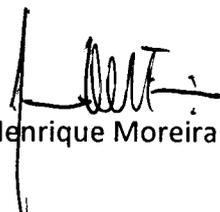
444
TR

questo "Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação" ser majorada, com o aumento de 0,50 (meio ponto), tendo sua média no quesito acrescida para 9,50 pontos, sendo sua média final ajustada para 80,82 pontos. Por fim, essa Subcomissão ratifica as justificativas e notas apresentadas na análise e no julgamento das propostas técnicas dessa concorrência pública.

É o relatório.

João Pessoa, 17 de setembro de 2019


Cristiano Teixeira de Souza


João Henrique Moreira de Faria


Paulo André Leite de Castro Leitão



Processo n. 458 -2019

Concorrência Pública n. 01-2019

DESPACHO

Trata-se de Concorrência Pública para a contratação de Agência de Publicidade da Assembleia Legislativa da Paraíba. O edital da licitação transcorreu sem qualquer impugnação.

Parecer jurídico apontando a regularidade da licitação (fls. 75-79).

Em seguida, houve a retirada do Edital das seguintes agências: 1. SIN Comunicação Ltda.; 2. Cidade Agência de Publicidade e Propaganda-Eireli; 3. 9Ideia Comunicação Ltda.; 4. Sala 10 Comunicação Ltda.; 5. Mix Comunicação Agência de Propaganda e Pub. Ltda, conforme se depreende da Ata Decorrente de Recebimento dos Envelopes 1, 2, 3 e 4 (fls. 211-213).

Análise e Julgamento das Propostas Técnicas (fls. 222-256).

Revisão da análise e Julgamento das Propostas Técnicas (fls. 279-280).

Efetuada as devidas correções, o resultado do julgamento das propostas técnicas, verificadas as pontuações atribuídas a cada proposta, os critérios definidos no edital, bem como as justificativas e julgamentos da Subcomissão Técnica, apontou a seguinte ordem classificatória:

1. *Classificada: Mais Transparente. Mais Próxima de Você, da agência SIN, com 93,15 pontos;*
2. *Classificada: Sua Casa, Sua Voz, da agência SALA 10 Comunicação Ltda, com 83,66 pontos;*
3. *Classificada: Assembleia Legislativa: A Casa de Todos, da agência 9IDEIA, com 80,32 pontos;*

Foram desclassificadas as propostas: 1. O Poder: Do Povo, para o Povo, da agência CIDADE AGÊNCIA de Publicidade, com 60,33 pontos, vez que não atendeu as condições



Estado da Paraíba
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA
Procuradoria



exigidas na alínea 'a', do subitem 11.7 do edital; 2. A casa é Sua, da agência MIX Comunicação que não atendeu as condições das alíneas 'a', 'c' e 'd' do subitem 11.7 do edital (fls. 290-291).

A CIDADE AGÊNCIA de Publicidade e Propaganda apresentou dois recursos ao resultado divulgado pela Comissão Técnica (fls. 299-305) (fls. 307-315). A 9IDEIA Comunicação Ltda. ingressou, também, com um recurso administrativo (fls. 317-324). A SALA10 Comunicação Ltda., por último, apresentou recurso administrativo (fls. 326-342).

Foram notificadas as empresas para apresentarem contrarrazões aos recursos.

A 9IDEIA Comunicação apresentou contrarrazões aos recursos interpostos pela Cidade Agência de Publicidade e pela SALA10 Comunicação (fls. 358-362). A SALA10 Comunicação Ltda. apresentou contrarrazões ao recurso da 9IDEIA (fls. 364-365). A empresa SIN Comunicação apresentou contrarrazões aos recursos interpostos em seu desfavor (fls. 367-421).

Julgamento da Comissão Técnica sobre os recursos administrativos (fls. 428-444).

Após o julgamento técnico, o processo deve continuar sua tramitação normal, com a abertura dos invólucros com as propostas de preços, em sessão pública, nos termos do inciso IX, do parágrafo 4, do art. 11, da Lei 12.232, de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre as normas gerais para a licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade.

Vejamos o Parágrafo 4, do art. 11, da Lei 12.232:

§ 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

I - abertura dos 2 (dois) invólucros com a via não identificada do plano de comunicação e com as informações de que trata o art. 8º desta Lei, em sessão pública, pela comissão permanente ou especial;

II - encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento;



Estado da Paraíba
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA
Procuradoria



III - análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6º desta Lei;

IV - elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

V - análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º desta Lei, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

VI - elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

VII - realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

a) abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária;

b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;

c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;

d) proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

VIII - publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;



Estado da Paraíba
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA
Procuradoria



IX - abertura dos invólucros com as propostas de preços, em sessão pública, obedecendo-se ao previsto nos incisos II, III e IV do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, nas licitações do tipo “melhor técnica”, e ao disposto no § 2º do art. 46 da mesma Lei, nas licitações do tipo “técnica e preço”;

X - publicação do resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

XI - convocação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação;

XII - recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação dos licitantes previstos no inciso XI deste artigo, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;

XIII - decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes previstos no inciso XI deste artigo e abertura do prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea a do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

XIV - reconhecida a habilitação dos licitantes, na forma dos incisos XI, XII e XIII deste artigo, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado, observado o disposto no § 3º do art. 2º desta Lei”.

ANTE O EXPOSTO, esta Procuradoria, salvo melhor juízo, opina pela continuação do processo de licitação de Concorrência Pública para a contratação de Agência de Publicidade desta Assembleia Legislativa, seguindo o rito legal do parágrafo 4, do art. 11, da Lei 12.232, de 2010.

João Pessoa, 05 de novembro de 2019

JOÃO ALVES JUNIOR
Procurador-Chefe Adjunto



ESTADO DA PARAÍBA
ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2019
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 458/2019

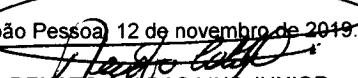
PLANILHA DE PONTUAÇÃO GERAL – SUBITEM 11.29.3 DO EDITAL

OBS: Pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica no seu Relatório após análise dos recursos e das contrarrazões, datado de 17/09/2019.

CAMPANHA	LICITANTE	a) Plano de Comunicação Publicitária*				b) C. Atendimento	c) Repertório	d) Relatos	Nota Final	Ordem de Classificação
		a.I)	a.II)	a.III)	a.IV)					
Mais Transparente. Mais Próxima de Você	SIN COMUNICAÇÃO LTDA	9,00	23,33	17,83	8,66	15,00	9,5	9,83	93,15	1ª Classificada
Sua Casa, Sua Voz	SALA 10 COMUNICAÇÃO LTDA	7,66	20,00	17,00	9,00	13,00	9,00	8,00	83,66	2ª Classificada
Assembleia Legislativa: A Casa de Todos	9IDÉIA COMUNICAÇÃO LTDA	7,00	18,16	15,33	7,50	14,50	8,83	9,50	80,82	3ª Classificada
A Casa é Sua	MIX COMUNICAÇÃO AGÊNCIA DE PROPAGANDA E PUB. LTDA	5,00	15,00	12,00	4,50	14,00	8,00	8,00	66,50	Desclassificada
O Poder: Do Povo, para o Povo	CIDADE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA – EIRELI	8,00	16,00	15,00	7,00	4,00	3,83	6,5	60,33	Desclassificada

*a.I) Raciocínio Básico; a.II) Estratégia de Comunicação; a.III) Idéia Criativa e a.IV) estratégia de Mídia e Não Mídia

João Pessoa, 12 de novembro de 2019.


RENATO CALDAS LINS JUNIOR
Presidente da CPL



Nº do Contrato 0008/2019
 Contratante SECRETARIA DO ESTADO DA ADMINISTRACAO
 Contratado ASSOCIACAO BRIGADA DE INCENDIO SERTAO DE TEIXEIRA/PB
 Objeto PERMISSÃO DE USO À PERMISSIONÁRIA, DO IMÓVEL ONDE FUNCIONAVA O ANTIGO POSTO FISCAL ÁGUA AZUL, LOCALIZADO ÀS MARGENS DA RODOVIA ESTADUAL PB 306 NO ENTROCAMENTO COM A RODOVIA FEDERAL BR 110, NO MUNICÍPIO DE TEIXEIRA/PB.
 Valor 0,00
 Período da Vigência do Contrato 11/11/2019 A 10/11/2021
 Data da Assinatura 11/11/2019
 Gestor do Contrato DILSON JOSÉ DE OLIVEIRA LEÃO - Mat.: 180.127-9
 JACQUELINE FERNANDES DE GUSMÃO - SECRETÁRIA DE ESTADO DA ADMINISTRAÇÃO

Assembléia Legislativa

ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2019-MELHOR TÉCNICA PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 458/2019 CONVOCAÇÃO PARA ABERTURA DAS PROPOTAS COMERCIAIS

A Assembleia Legislativa do Estado da Paraíba, por sua Comissão Permanente de Licitação, constituída pelo Ato da Mesa Diretora nº 009/2019, torna público, para conhecimento dos interessados, que os recursos administrativos interpostos pelas Agências CIDADE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA - EIRELI e SALA 10 COMUNICAÇÃO LTDA foram julgados improcedentes; e o recurso administrativo impetrado pela Agência 9IDEIA COMUNICAÇÃO LTDA foi julgado procedente parcialmente no quesito "Relato de Soluções de Problemas de Comunicação", culminando no acréscimo de 0,50 (meio ponto) no mesmo, o que altera a média final ajustada para 80,82 pontos, nos termos do relatório apresentado pela Subcomissão Técnica e despacho da Procuradoria Jurídica deste Poder Legislativo. Dessa forma, convoca as licitantes para a abertura das Propostas Comerciais da Concorrência Pública nº 01/2019, a realizar-se às 09h00 do dia 19 de novembro de 2019, na sala de reuniões do Centro Administrativo da ALPB, localizada à Praça Vidal de Negreiros, nº 276 - 3º andar - sala 327 - Centro - João Pessoa/PB. Demais informações poderão ser obtidas na Comissão Permanente de Licitação, 1º andar, salas 121/125, no endereço eletrônico www.al.pb.leg.br ou, ainda, pelo telefone (83) 3214-4583, nos seguintes horários: Segunda-feira, das 13h às 17h; de terça-feira a quinta-feira, das 8h às 17h e na sexta-feira, das 8h às 13h.

João Pessoa, 12 de novembro de 2019.

RENATO CALDAS LINS JUNIOR
Presidente da CPL

ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

AVISO DE LICITAÇÃO PREGÃO PRESENCIAL Nº. 22/2019 PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 3017/2019.

A Assembleia Legislativa do Estado da Paraíba, por sua Comissão Permanente de Licitação, constituída pelo Ato da Mesa Diretora nº 009/2019, publicado no Diário do Poder Legislativo - DPL, de 05 de fevereiro de 2019, torna público para conhecimento dos interessados, que realizará às 09h00 (nove) horas do dia 13 de novembro de 2019, no Prédio sede, no Auditório João Eudes, localizado à Praça João Pessoa, s/n - Centro - João Pessoa/PB, licitação na modalidade Pregão Presencial nº 22/2019, tipo Menor Preço, sob o regime de empreitada por lote, a qual será processada e julgada em conformidade com a Lei nº 10.520/2002, Lei nº 123/2006, Resolução nº 1.219/2007 e nº 1.412/2009, e, subsidiariamente, pela Lei Federal nº 8666/1993 e suas alterações, tendo como objeto a contratação de empresa especializada na prestação dos serviços continuados de Manutenção, Limpeza, Conservação Predial e outros, com regime de dedicação exclusiva de mão de obra, a serem executados no âmbito desta Casa Legislativa, pelo prazo de 12 (doze) meses. O Edital e demais informações poderão ser obtidos na Comissão Permanente de Licitação, localizada à Praça Vidal de Negreiros, nº 276 - 1º andar, salas 121/125, no endereço eletrônico www.al.pb.leg.br ou, ainda, pelo telefone (83) 3214-4583, nos seguintes horários: Segunda-feira, das 13h às 17h; de terça-feira a quinta-feira, das 8h às 17h e na sexta-feira, das 8h às 13h.

João Pessoa, 12 de novembro de 2019.

Renato Caldas Lins Junior
Pregoeiro

Companhia de Água e Esgotos do Estado da Paraíba

COMPANHIA DE ÁGUA E ESGOTOS DA PARAÍBA - CAGEPA

AVISO DE REALIZAÇÃO DE LICITAÇÃO REGISTRO NA CGE Nº 19-01370-6

A Companhia de Água e Esgotos da Paraíba - CAGEPA, através da Comissão Permanente de Licitação, torna público que no dia 06 de dezembro de 2019, às 09h:00min (horário local), realizará a sessão pública da LICITAÇÃO Nº. 029/2019. Objeto: Serviços de Elaboração de Projeto Básico de Melhorias e Ampliação das Redes de Distribuição de Água dos SAA's das cidades que compõem o Sistema Adu-

tor Transparaíba, Ramal Curimataú, no estado da Paraíba. Adquirir o edital ou obter informações na CAGEPA Central, localizada a Av. Feliciano Cirne, 220, bairro de Jaguaribe, na cidade de João Pessoa, Estado da Paraíba. Fone/fax: (83) 3218-1207/1208 - E-mail: cpl@cagepa.pb.gov.br. O Edital poderá ser retirado nos sites www.cagepa.pb.gov.br.

João Pessoa, 12 de novembro de 2019.

Iêda Patricia de Souza Rodrigues
Presidente da CPL

COMPANHIA DE ÁGUA E ESGOTOS DA PARAÍBA - CAGEPA

AVISO DE REALIZAÇÃO DE LICITAÇÃO REGISTRO NA CGE Nº 19-01348-4

A Companhia de Água e Esgotos da Paraíba - CAGEPA, através da Comissão Permanente de Licitação, torna público que no dia 06 de dezembro de 2019, às 14h:00min (horário local), realizará a sessão pública da LICITAÇÃO Nº. 037/2019. Objeto: Serviços de Elaboração de Projeto Básico e Executivo de adequação, reforço e ampliação do sistema de abastecimento de água das cidades de Solânea, Bananeiras e Casserengue, no estado da Paraíba. Adquirir o edital ou obter informações na CAGEPA Central, localizada a Av. Feliciano Cirne, 220, bairro de Jaguaribe, na cidade de João Pessoa, Estado da Paraíba. Fone/fax: (83) 3218-1207/1208 - E-mail: cpl@cagepa.pb.gov.br. O Edital poderá ser retirado nos sites www.cagepa.pb.gov.br.

João Pessoa, 12 de novembro de 2019.

Iêda Patricia de Souza Rodrigues
Presidente da CPL

COMPANHIA DE ÁGUA E ESGOTOS DA PARAÍBA - CAGEPA

AVISO DE REALIZAÇÃO DE LICITAÇÃO REGISTRO NA CGE Nº 19-01369-0

A Companhia de Água e Esgotos da Paraíba - CAGEPA, através da Comissão Permanente de Licitação, torna público que no dia 09 de dezembro de 2019, às 09h:00min (horário local), realizará a sessão pública da LICITAÇÃO Nº. 038/2019. Objeto: Execução de redes coletoras de esgotos e ligações domiciliares nas ruas: Antônio Augusto, Frederico Ozanan, Jocemar Maciel Marinho e José Bezerra de Lima, todas localizadas na cidade de Sapé - PB. Adquirir o edital ou obter informações na CAGEPA Central, localizada a Av. Feliciano Cirne, 220, bairro de Jaguaribe, na cidade de João Pessoa, Estado da Paraíba. Fone/fax: (83) 3218-1207/1208 - E-mail: cpl@cagepa.pb.gov.br. O Edital poderá ser retirado nos sites www.cagepa.pb.gov.br.

João Pessoa, 12 de novembro de 2019.

Iêda Patricia de Souza Rodrigues
Presidente da CPL

COMPANHIA DE ÁGUA E ESGOTOS DA PARAÍBA - CAGEPA

AVISO DE REALIZAÇÃO DE LICITAÇÃO REGISTRO NA CGE Nº 19-01368-2

A Companhia de Água e Esgotos da Paraíba - CAGEPA, através da Comissão Permanente de Licitação, torna público que no dia 10 de dezembro de 2019, às 09h:00min (horário local), realizará a sessão pública da LICITAÇÃO Nº. 041/2019. Objeto: Contratação de empresa para prestação de Serviços de Acompanhamento Topográfico e Controle Tecnológico de solos e de concreto para Obras do Sistema de Abastecimento de Água da comunidade Leolândia, no município de Mulungu - PB. Adquirir o edital ou obter informações na CAGEPA Central, localizada a Av. Feliciano Cirne, 220, bairro de Jaguaribe na cidade de João Pessoa, Estado da Paraíba. Fone/fax: (83) 3218-1207/1208 - E-mail: cpl@cagepa.pb.gov.br. O Edital poderá ser retirado nos sites www.cagepa.pb.gov.br.

João Pessoa, 12 de novembro de 2019.

Iêda Patricia de Souza Rodrigues
Presidente da CPL

COMPANHIA DE ÁGUA E ESGOTOS DA PARAÍBA - CAGEPA

AVISO DE HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO DE LICITAÇÃO REGISTRO NA CGE Nº 19-01247-8.

De acordo De acordo com o Relatório Final do(a) Pregoeiro(a), designado(a) pela Decisão PRE N. 006/2019. HOMOLOGO o procedimento do PREGÃO ELETRÔNICO Nº 045/2019, para obra do sistema de abastecimento de água da cidade de São José de Caiana, no estado da Paraíba, a licitação foi declarada pelo(a) Pregoeiro(a), FRACASSADA

João Pessoa, 06 de novembro de 2019

Marcus Vinicius Fernandes Neves
Diretor Presidente

COMPANHIA DE ÁGUA E ESGOTOS DA PARAÍBA - CAGEPA

AVISO DE HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO DE LICITAÇÃO REGISTRO NA CGE Nº 19-01125-6.

De acordo com o Relatório Final do(a) Pregoeiro(a), designado pela Decisão PRE Nº 006/2019. HOMOLOGO o procedimento do Pregão Eletrônico Nº 042/2019. Objeto: Registro Sistema de Registro de Preços - SRP visando registrar preços para a eventual aquisição de COLAR DE TOMADA destinado a atendimento de requisições da Agência Central, Gerências Regionais e suas Agências Locais, no estado da Paraíba. E ADJUDICO o seu objeto em favor das empresas: NÉLIA MARIA CYRINO LEAL para os LOTES 01, 05, 11, 12, 14, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 31, 33, 34, 35, 36, 37, 39, 40, 41, 42 e 43 com proposta no valor global de R\$ 767.231,38 (setecentos e sessenta e sete mil, duzentos e trinta e um reais e oito centavos), CY - INDÚSTRIA E COMERCIO DE PRODUTOS METALÚRGICOS LTDA para os LOTES 03, 07, 09, 10, 13, 15, 32 e 38 com proposta no valor global de R\$ 339.922,30 (trezentos e trinta e nove mil, novecentos e vinte dois reais e trinta centavos), AF HI DROELETIC EIRELI para os LOTES 02, 08, 44 e 45 com proposta no valor global de R\$ 63.167,05 (sessenta e três mil, cento e sessenta e sete reais e cinco centavos), NOVA CONEXÃO COMERCIO DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO - EIRELI para os LOTES 04 e 06 com proposta no valor global de R\$ 44.866,40 (quarenta e quatro mil, oitocentos e sessenta e seis reais e quarenta centavos), LUPY