

## MINISTÉRIO DA INFRAESTRUTURA

DESPACHO DECISÓRIO Nº 2/2022/SELIC/DILIC/COLIC/COGLC/SPOA/SE

Processo nº 50000.028689/2020-67

Interessado: Assessoria Especial de Comunicação

**Assunto:** Decisão dos Recursos contra o Resultado de Julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência 01/2021 - Contratação de Agência de publicidade.**À Coordenação-Geral de Licitações e Contratos - COGLC,**

Sra. Coordenadora-Geral,

- Referimo-nos à Concorrência nº 01/2021, que tem por objeto a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda.
- Informamos que após divulgação do Resultado de Julgamento das Propostas Técnicas realizado pela Subcomissão Técnica, a Comissão Especial de Licitação - CEL abriu o prazo para interposição de recurso, de acordo com os procedimentos do item 22 do Edital (4488152).
- Registramos a apresentação tempestiva dos recursos abaixo:
  - Recurso - Empresa Pública Comunicação Ltda. (MOOVE) - SEI 5333966;
  - Recurso - Empresa L2W3 Digital Ltda (MORINGA) - SEI 5337694;
- Após comunicação às demais licitantes (5378956), foram apresentadas as seguintes impugnações aos recursos:
  - Contrarrrazões - Empresa Pública Comunicação Ltda. (MOOVE) - SEI 5361828;
  - Contrarrrazões - Empresa L2W3 Digital Ltda (MORINGA) - SEI 5377971;
  - Contrarrrazões - Empresa CALIX Comunicação e Publicidade Ltda. - SEI 5377986
- As peças recursais foram submetidas à apreciação da Subcomissão Técnica, conforme previsão contida no subitem 23.3.1 do Edital (4488152).
- A Subcomissão Técnica avaliou os recursos e contrarrrazões, e, nos termos das razões de Decisão de Recurso (5408285), reconsiderou seu julgamento, conforme quadro abaixo:

	PLANILHA FINAL DE PONTUAÇÃO - JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA									
	PLANO DE COMUNICAÇÃO					CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	REPERTÓRIO	RELATO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	TOTAL GERAL	SITUAÇÃO
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRAT. DE COMUNICAÇÃO	IDEIA CRIATIVA	ESTRAT DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	SUBTOTAL						
CÁLIX COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA	7,7	24,0	21,0	9,3	62,0	20,0	9,0	8,0	99,0	CLASSIFICADA
PÚBLICA COMUNICAÇÃO LTDA - MOOVE	7,7	23,1	19,3	6,4	56,4	19,8	8,5	8,0	92,7	CLASSIFICADA
L2W3 DIGITAL LTDA - MORINGA	8,0	23,3	18,3	7,3	56,9	20,0	6,9	8,0	91,8	CLASSIFICADA
FIELDS COMUNICAÇÃO LTDA	5,2	17,0	15,3	5,4	42,8	20,0	8,0	8,0	78,8	CLASSIFICADA
NETMÍDIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA	7,2	20,7	12,7	5,7	46,2	17,6	4,7	5,0	73,5	DESCCLASSIFICADA
ICOMUNICAÇÃO INTEGRADA EIRELI	3,0	15,7	14,2	3,7	36,5	20,0	7,7	7,7	71,9	DESCCLASSIFICADA

- Tendo em vista que os recursos apresentados são relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, esta Comissão Especial de Licitação **DECIDE** pela reconsideração, em parte, da pontuação do Resultado de Julgamento das Propostas Técnicas, nos termos da Decisão de Julgamento apresentado pela Subcomissão Técnica (5408285).
- Assim, encaminhamos os autos à Autoridade Competente para análise e decisão final dos Recursos Administrativos em pauta, na forma do §4º, do art. 109 da Lei nº 8.666/93 e subitem 22.3 do Edital.

Atenciosamente,

**Antônio Augusto de Lima**  
Presidente da Comissão Especial de Licitação - CEL

**Fernando Henrique M. Pimentel**  
Membro - CEL

**Victor Hugo Martins dos Santos**  
Membro - CEL

De acordo.

Em consonância com o disposto no §4º do art. 109 da Lei nº 8.666/93 e subitem 22.3 do Edital, encaminhe-se à Subsecretaria de Planejamento, Orçamento e Administração - SPOA, com vistas ao **Senhor Subsecretário, autoridade competente, para decisão dos recursos apresentados, no prazo de 5 (cinco) dias úteis**, contado do recebimento do recurso, uma vez que a Comissão Especial de Licitação - CEL reconsiderou, em partes, o julgamento das propostas técnicas da Concorrência nº 01/2021.

**Valéria Grilanda Rodrigues Paiva**  
Coordenadora-Geral de Licitações e Contratos



Documento assinado eletronicamente por **Antônio Augusto de Lima, Presidente da Comissão**, em 31/03/2022, às 17:20, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 3º, inciso V, da Portaria nº 446/2015 do Ministério dos Transportes.



Documento assinado eletronicamente por **Victor Hugo Martins dos Santos, Membro de Comissão**, em 31/03/2022, às 17:23, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 3º, inciso V, da Portaria nº 446/2015 do Ministério dos Transportes.



Documento assinado eletronicamente por **Fernando Henrique Monteiro Pimentel, Membro de Comissão**, em 31/03/2022, às 17:28, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 3º, inciso V, da Portaria nº 446/2015 do Ministério dos Transportes.



Documento assinado eletronicamente por **Valéria Grilanda Rodrigues Paiva, Coordenadora-Geral de Licitações e Contratos**, em 31/03/2022, às 17:56, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 3º, inciso V, da Portaria nº 446/2015 do Ministério dos Transportes.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.infraestrutura.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.infraestrutura.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **5411804** e o código CRC **D008D8DA**.



Referência: Processo nº 50000.028689/2020-67



SEI nº 5411804

Espanada dos Ministérios, Bloco - Bairro Asa Norte  
Brasília/DF, CEP 70044-902  
Telefone: - www.infraestrutura.gov.br



## MINISTÉRIO DA INFRAESTRUTURA - MINFRA

### SUBCOMISSÃO TÉCNICA DA CONCORRÊNCIA nº 01/2021

#### DECISÃO DE RECURSO

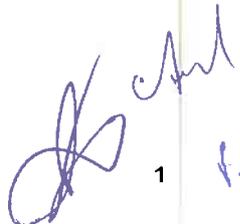
Reuniram-se os membros da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento das propostas técnicas da **Concorrência Nº 01/2021**, destinada a contratação de empresa prestadora de serviços de Publicidade, no período de 24 a 30 de fevereiro de 2022, na sala seiscentos e dezenove do sexto andar do Edifício Sede do Ministério da Infraestrutura, na Esplanada dos Ministérios, em Brasília/DF.

Neste período foram analisados os recursos administrativos interpostos pelas empresas **PÚBLICA COMUNICAÇÃO LTDA. (MOOVE)** e **L2W3 DIGITAL LTDA. (MORINGA)**, quanto ao resultado do julgamento das propostas técnicas da concorrência supracitada.

Esses recursos foram disponibilizados para as licitantes para possíveis pedidos de impugnações e as empresas **CÁLIX COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA., PÚBLICA COMUNICAÇÃO LTDA. (MOOVE)** e **L2W3 DIGITAL LTDA. (MORINGA)** se manifestaram nesse sentido, apresentando suas contrarrazões.

Posto isso, a Subcomissão Técnica se posiciona dizendo que seguiu estritamente os termos do edital de licitação e a legislação vigente, avaliando as propostas usando como parâmetro as experiências profissionais e conhecimentos técnicos de seus membros, usando como referência os padrões adotados pelo serviço público na execução desses serviços e adotando uma postura ética e justa nas avaliações das propostas. Se respaldando tecnicamente em relação a atribuição da pontuação e a elaboração das justificativas registradas para cada proposta.

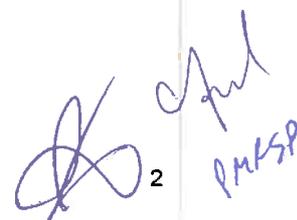
Após leitura dos recursos e contrarrazões, a Subcomissão Técnica pronuncia-se a seguir sobre os questionamentos apresentados.

  
1  
MINFRA

**I - Recurso Administrativo da Pública Comunicação LTDA (MOOVE), classificada em 2º lugar com nota de 95,7:**

A recorrente argumenta que:

- 1) Houve falha na avaliação da “Estratégia de Mídia e Não Mídia” por parte da avaliadora Camila Andrade. Alega que recebeu desconto desproporcional na nota do quesito, sob a justificativa de ter previsto uma cobertura de rádio limitada. Afirma que sua cobertura é superior à que foi apresentada pela concorrente Cálix, tendo essa, no entanto, sido avaliada com nota superior. Afirma que a avaliação da jurada é incoerente e requer a inversão das notas, ou seja, que a recorrente “Pública” seja avaliada com nota 10 e a recorrida Cálix tenha sua nota reduzida para 9,5.
- 2) A concorrente Cálix teria cometido falha grave na apresentação da “Estratégia de Mídia e Não Mídia” ao não prever a logística para a distribuição das peças folders. Alega ainda que a recorrida omitiu a peça Cartaz, não tendo sequer orçado a produção de tal peça. Afirma que, em sua proposta, ao mencionar “recursos próprios” referia-se a distribuição dos folders sem a necessidade de investimento, sendo esse o motivo para não ter relatado o custo logístico para a peça. Requer que sua nota seja majorada e igualada à nota da recorrida Cálix, ou seja, 10 pontos.
- 3) A recorrente afirma que são incabíveis os argumentos apresentados pelo jurado Rodrigo Saccone, no subquesito “Estratégia de Mídia e Não Mídia”, para lhe atribuir nota inferior à da recorrida Cálix. Alega ter apresentado proposta de rádio mais consistente que a da concorrente. Afirma que a recorrida Cálix teria cometido erro por não apresentar informações de logística para a peça folder e nem ter orçado os custos de produção e distribuição para a peça Cartaz, descumprindo o edital. Requer que lhe seja atribuída a mesma nota da recorrida Cálix. Requer ainda a desclassificação da concorrente ou que, pelo menos, a nota seja minorada em patamares inferiores à sua.
- 4) Afirma não ser lógica a pontuação atribuída pelo jurado Pedro Sardinha no Subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia. A recorrente transcreve as justificativas apresentadas para a sua própria nota e para as atribuídas às concorrentes Cálix e Moringa. Alega que a avaliação do jurado é “incoerente e sem amparo lógico”. Afirma ter apresentado proposta melhor estruturada e que, por isso, não se justificaria a nota inferior às das concorrentes. Destaca mais uma vez a omissão da peça Cartaz pela concorrente Cálix. Sustenta que a concorrente **L2W3 – Moringa** apresentou plano de mídia inferior ao seu, mas recebeu nota superior. Requer que sua nota seja elevada para 9,7 e que a **Agência Cálix** seja desclassificada, pelo descumprimento do edital, ou tenha pelo menos a nota reduzida para patamar inferior à sua. Solicita ainda a redução da nota da concorrente **L2W3 – Moringa**.

  
2  
PMSP

- 5) A recorrente apresenta uma série de supostos erros cometidos pela concorrente **Cálix** que motivariam a sua desclassificação: ressalta mais uma vez que a peça Cartaz foi omitida do orçamento, descumprindo o Edital. Alega que houve descumprimento do edital também na apresentação das peças no Subquesto "Ideia Criativa", pois a recorrida teria trazido descrição das peças com informações diferentes das delimitadas, supostamente possibilitando a identificação da proposta. Por esses motivos, requer a desclassificação da concorrente **Cálix**.
- 6) Ressalta suposto erro e descumprimento do edital na apresentação do Subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia pela concorrente **Cálix**. Afirma que houve omissão da apresentação dos parâmetros de cobertura e frequência. Alega que houve erro na elaboração da proposta, que não teria seguido a estrutura determinada pelo edital. Afirma ainda que a recorrida teria descumprido o edital ao utilizar mídias sociais em desacordo com a suposta vedação. Requer a desclassificação da concorrente.
- 7) Afirma que houve violação do edital, por parte da recorrida **Cálix**, ao não apresentar a peça Cartaz nos orçamentos do plano de mídia. Tal omissão teria impactado a simulação de aplicação da verba referencial, que teria sido extrapolada, segundo esse raciocínio. Requer a desclassificação da **Cálix** por descumprimento do edital.
- 8) Afirma, por fim, que a recorrida **Cálix** teria citado meios próprios de comunicação diferentes dos constantes no rol apresentado no briefing. Alega que houve erro também na proposição de peça Release para a Imprensa, o que seria uma extrapolação das atribuições da agência publicitária, descumprindo o edital e a legislação. Requer a desclassificação da concorrente **Cálix**.
- 9) Em seguida, a recorrente passa a apresentar as razões para a desclassificação da recorrida **L2W3 – Moringa**. Alega que a concorrente cometeu erro ao utilizar espaçamentos múltiplos entre os títulos, diferente do estabelecido pelo edital. Segundo sua argumentação, tal elemento também possibilitaria a identificação da proposta. Requer sua desclassificação.
- 10) Sustenta que a recorrida **L2W3 – Moringa** apresentou rol de recursos próprios de comunicação diferentes do previsto no edital e briefing, o que teria lhe atribuído vantagem ilegal em relação às demais concorrentes. Requer a desclassificação da concorrente **L2W3 – Moringa**.
- 11) Alega que a recorrida mencionou na estratégia de mídia que utilizaria vídeos e peças da campanha nos canais digitais do órgão, mas não fez a descrição dessas peças de acordo com a determinação do edital. Teria havido omissão também na apresentação das peças Cartaz e Cartilhas, que constam na Estratégia de Mídia e Não Mídia, mas teriam sido omitidas da relação de peças constantes do subquesto Ideia Criativa. Pelo suposto

  
Paul  
PMSF

descumprimento do edital, requer a desclassificação da concorrente **L2W3 – Moringa**.

- 12) Alega que a peça E-mail Marketing constante nos subquesitos Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia da recorrida **L2W3 – Moringa** não apresenta o detalhamento de como será realizado o envio. Argumenta que também que haveria ocorrido omissão dos custos para tal envio e que, caso isso tivesse sido cumprido, haveria extrapolação da verba referencial. Requer a desclassificação da concorrente **L2W3 – Moringa**.
- 13) Sustenta que a **L2W3 – Moringa** errou na apresentação do plano de mídia por não ter atendido aos requisitos mínimos estabelecidos pelo edital para a apresentação do Resumo Geral do plano. Pelo suposto descumprimento do edital, requer a desclassificação da concorrente **L2W3 – Moringa**;
- 14) Afirma que houve descumprimento do edital e das determinações constantes dos pedidos de esclarecimentos quanto à utilização de mídias sociais por parte da **L2W3 – Moringa**. Afirma que, ao contrário do que teria sido estipulado pelo edital, a recorrida teria utilizado valores de referência impróprios para a formulação da proposta. Pelo descumprimento do edital, requer a desclassificação da concorrente **L2W3 – Moringa**.
- 15) Defende que a recorrida **L2W3 – Moringa** comete erro na apresentação dos referendos dos cases dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, pois não teria apresentado os números dos contratos, como determinaria o edital. Requer, por isso, a desclassificação da recorrida **L2W3 – Moringa**.
- 16) Sustenta que a recorrida **Fields** descumpriu o edital ao não relatar no subquesito Ideia Criativa o “Jingle”, que foi entregue como uma das peças exemplificadas, apesar de não constar na lista descritiva. Afirma que a penalização adotada pela subcomissão devido ao erro, com o desconto de 0,5 pontos, não é suficiente. Defende a desclassificação da concorrente **Fields** por suposta quebra na isonomia.
- 17) Afirma que a concorrente **Fields** não relatou os veículos de divulgação onde as peças constantes do quesito “Repertório” teriam sido exibidas. Requer a desclassificação da concorrente **Fields** por descumprimento das determinações do edital.
- 18) Aponta erro da concorrente **Fields** na apresentação da peça Banner de Internet. Segundo a recorrente, as dimensões descritas para o banner, no rol de peças corporificadas, são diferentes das apresentadas no exemplo anexado ao plano de comunicação. Sustenta, portanto, que a peça exemplificada não está descrita, como determina o edital. Afirma ainda que o Jingle corporificado na proposta não foi descrito, mas teria sido avaliado ainda assim. Por essas razões, defende a desclassificação da recorrida **Fields**.

  
PMRSP

- 19) Afirma que a concorrente **Fields** apresenta o disparo de e-mail Marketing entre as ações da sua proposta de Não Mídia, utilizando para isso mailing próprio do ministério. Sustenta que tal utilização é indevida, uma vez que na relação de meios próprios do órgão apresentada no edital não consta tal mailing como alternativa a ser utilizada. Requer a desclassificação da concorrente **Fields** pelo descumprimento do edital.
- 20) Sustenta que a recorrida **Fields** apresentou na Estratégia de Mídia e Não Mídia uma peça Cartaz que não se encontra descrita no subquesto "Ideia Criativa". Alega que as peças Folder, *LandingPage* e *Vídeo de Não Mídia* não tiveram suas produções orçadas, como devido. E que caso os cartazes tivessem sido orçados, haveria extrapolação da verba referencial da campanha. Requer a desclassificação da recorrida **Fields**.
- 21) Afirma que a recorrida **Fields** teria cometido erro na apresentação do orçamento de mídia para a peça Backbus. Alega que a concorrente apresentou na sua proposta de Ideia Criativa uma peça no formato Backbus, mas teria orçado a compra de mídia para o formato Busdoor, que seria menor e mais barato. Tal erro inviabilizaria a execução do plano de mídia dentro do valor referencial proposto pelo edital. Requer, por isso, a desclassificação da concorrente **Fields**.
- 22) Defende que a concorrente **Fields** descumpriu o edital ao apresentar proposta de mídia social tendo como referência valores não permitidos pelo edital. Requer a desclassificação da concorrente.
- 23) Afirma que o plano de mídia apresentado pela concorrente **Fields** não cumpre as determinações do edital, pois teria omitido Resumo Geral e a simulação dos parâmetros de cobertura e frequência, como determinaria o edital. Requer a desclassificação da concorrente **Fields**.

## **Resposta da subcomissão**

### **Recursos apresentados contra a concorrente Cálix**

Após analisar as argumentações da licitante no recurso, relativas à nota atribuída pela jurada Camila Andrade, conforme resumido no **item 1 acima**, essa subcomissão técnica esclarece que a comparação estabelecida pela recorrente entre a sua nota e a da recorrida Cálix não é elemento suficiente para apontar erro na avaliação. Apesar de a justificativa da jurada apontar diretamente uma crítica à programação da mídia rádio, não se deve aqui entender que este seria o único problema do plano de mídia da recorrente. Por Estratégia de Mídia e Não Mídia, entende-se o conjunto de ações previstas e a sua combinação para a obtenção do resultado esperado. Isso quer dizer que a avaliação de uma estratégia não se dá analisando isoladamente cada parte que a compõe. Ou seja, a deficiência apresentada pela agência Moove na sua

 5

  
RMESP

programação de rádio não foi suprida pelas demais ações apresentadas. Tal entendimento foi diferente quando da avaliação da proposta trazida pela agência Cálix. Julgado, portanto, **improcedente o recurso pela majoração da nota atribuída pela jurada Camila Andrade para a recorrente Moove e pela diminuição da nota atribuída a recorrida Cálix.**

Sobre a alegação da recorrente constante no resumo apresentado no **item 2 acima**, essa subcomissão reitera as justificativas trazidas nas fichas de avaliação. A recorrente Moove trouxe proposta de impressão de 30 mil cartazes, sem, no entanto, prever os custos para a entrega do material. O mesmo não ocorre na proposta de impressão de folders trazida pela recorrida Cálix. No orçamento apresentado, fica claro que há na composição do preço o elemento entrega. Quanto a esse ponto, esta subcomissão entende que não foram apresentados argumentos que demonstrem um erro de julgamento. Já em relação à omissão da peça Cartaz, essa subcomissão entende que é parcialmente procedente o pedido da recorrente. Houve, de fato, tal omissão, como é admitido inclusive pela recorrida em suas contrarrazões. O entendimento desta subcomissão é de que tal erro não gerou qualquer benefício à recorrida ou prejuízo às demais concorrentes. Também é do entendimento desta subcomissão que não há amparo para a desclassificação da concorrente Cálix pelo cometimento desta falha. Essa subcomissão julga, portanto, parcialmente procedente o recurso apresentado, decidindo **pelo desconto 0,5 ponto na nota final atribuída à concorrente Cálix no Subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia.**

A recorrente também solicita a revisão da nota atribuída pelo jurado Rodrigo Saccone, conforme resumido no **item 3**, sob a mesma argumentação apresentada nos itens 1 e 2. Como já foi esclarecido anteriormente, é do entendimento desta subcomissão que a avaliação de uma Estratégia de Mídia e Não Mídia se dá pela análise do conjunto de ações. A deficiência apresentada em um veículo pode ser equilibrada pela utilização de outro. No entendimento dos avaliadores, tal equilíbrio ficou mais evidente na Estratégia da recorrida Cálix do que na proposta apresentada pela agência Moove. Não há que se falar, portanto, de contradição nas avaliações. O mesmo entendimento vale para a avaliação apresentada pelo jurado Pedro Sardinha, contestada pela recorrente conforme resumido no **item 4**. Não cabe, em fase de recurso, “rejulgar” as propostas. Mantido, portanto, o entendimento desta subcomissão quanto à avaliação da Estratégia de Mídia e Não Mídia da recorrente, bem como das recorridas. **Julgado improcedente o pedido para majoração da nota da recorrente Moove e de diminuição das notas das recorridas Cálix e L2W3 – Moringa.**

A recorrente também alega que a recorrida Cálix teria cometido falta grave na apresentação das peças corporificadas. Alega que a apresentação da proposta de Ideia Criativa, contendo os títulos de cada uma das peças, estaria em desacordo com as determinações do edital, que tal erro deveria ser interpretado como sinal ou marca que possibilitaria identificar a autoria da proposta constante da via não identificada. Segundo a concorrente, o edital determinaria que a peça fosse apresentada apenas com o nome e o formato.

Em suas contrarrazões, a concorrente Cálix alega que não há qualquer elemento que possa causar a identificação da proposta, que a simples nomeação dos vídeos não

  
Cálix  
PMESP

teria o condão de possibilitar a identificação, nomes esses que constam do texto e são apresentados na peça corporificada com o intuito único de facilitar o cotejo com a relação descritiva constante na apresentação do subquesto Ideia Criativa.

Analisados os argumentos do recurso e de contrarrazões, esta subcomissão entende como **improcedente o recurso**. Não há qualquer sinal que tenha possibilitado a identificação de autoria da proposta ou que tenha favorecido a concorrente.

Ainda em face de suas contrarrazões sobre os fatos relatados acima e resumidos no **item 5**, a agência Cálix alega que a recorrente Moove é que teria incorrido em práticas que possibilitaram a identificação da sua proposta, requerendo, por isso, a sua desclassificação. Ocorre que o instrumento de contrarrazões não é adequado para a apresentação de pedidos contra as concorrentes. Tal apontamento deveria ter sido apresentado em fase de recurso. Por essa razão, as **argumentações trazidas contra a agência Moove foram desconsideradas por esta subcomissão**.

Quanto às alegações constantes no resumo apresentado no **item 6 acima**, de que a recorrida Cálix teria descumprido requisitos do edital, a recorrente alega que haveria ocorrido omissão na apresentação do resumo geral do plano de mídia e dos elementos que permitam a avaliação dos parâmetros de cobertura e frequência. Em suas contrarrazões, a recorrida Cálix demonstra que fez a apresentação de tais dados. Analisadas as alegações das partes, esta subcomissão entende que apesar das diferenças na forma de apresentação dos dados, as informações solicitadas pelo edital estão contempladas na proposta da recorrida. O edital não determina um modelo de apresentação dos dados, determina apenas que os elementos estejam presentes e que o julgamento se dê com base em tais informações. Esta subcomissão entende que não foram apresentados erros objetivos na avaliação desta banca que justifiquem uma revisão da nota. **Julgado, portanto, improcedente o recurso quanto aos fatos resumidos no item 6**

Na sequência do recurso, a recorrente pede a desclassificação da agência Cálix por esta ter usado redes sociais no seu plano de mídia. Alega que tal prática estaria vedada pelo edital, pois tais mídias não trabalhariam com tabelas de valores de referência.

Em suas contrarrazões, a agência Cálix alega que atendeu tanto os requisitos do edital como as orientações trazidas nas respostas aos pedidos de esclarecimento de números 1, 4, 11 e 12. Transcreve parte de sua proposta para demonstrar que adotou para a simulação, preços de referência trazidos pelo representante DMS para tais meios, cumprindo as determinações do edital, o que poderia ser observado na tabela constante no plano de mídia.

Item	Descrição	Unidade	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total	Observações
11	Publicidade - Rádio	Publicidade - Rádio	1000	1000	1000000	
		Publicidade - Rádio	1000	1000	1000000	
		Publicidade - Rádio	1000	1000	1000000	
12	Publicidade - Rádio	Publicidade - Rádio	1000	1000	1000000	
		Publicidade - Rádio	1000	1000	1000000	
		Publicidade - Rádio	1000	1000	1000000	

*Handwritten signature and initials in blue ink, including the acronym 'DMS'.*

Esta subcomissão, a partir da análise do recurso e das contrarrazões, entende que não houve erro objetivo no julgamento da proposta e nem falta por parte da recorrida que atente contra o edital. **Julgado, por tanto, improcedente o recurso.**

A recorrente volta a mencionar a omissão da peça Cartaz entre as ações orçadas. Alega que tal falha demonstra que a verba referência não foi respeitada pela proposta técnica da recorrida, o que seria motivo para a desclassificação, conforme resumido no **item 7**, acima. Esta subcomissão entende que tal falta não trouxe impactos positivos para a avaliação nem negativos para os demais concorrentes e que a omissão da peça no orçamento apresentado no plano de mídia já foi devidamente punida anteriormente, não cabendo a desclassificação da concorrente por tal motivo. **Julgado, portanto, improcedente o recurso quanto a esse ponto.**

Na sequência das alegações, a recorrente afirma que houve descumprimento do edital por parte da recorrida Cálix, que teria apresentado peças baseadas em recursos próprios do órgão não constantes no rol apresentado no briefing, anexo I do edital, quais sejam: card para grupos de whatsapp, descanso de tela, e-mail marketing e chatbot. Na opinião da recorrente, tal utilização seria motivo para a desclassificação da recorrida, pois suscitaria custos não relatados nos orçamentos apresentados nos planos de mídia e não mídia.

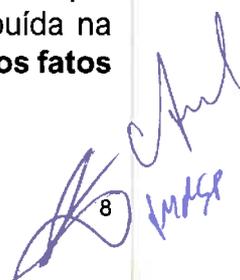
Em suas contrarrazões, a recorrida Cálix defende que o rol apresentado no edital não é hermético, mas sim exemplificativo, não havendo qualquer limitação, e sendo inclusive desejável que a agência busque inovar na apresentação de soluções baseadas que contribuam para o atingimento dos objetivos da campanha sem onerar o órgão.

Analisados os argumentos, esta subcomissão entende que não há razão para cercear o desenvolvimento de iniciativas que contribuam para o atingimento das metas da campanha, especialmente aquelas que não representem custos para o órgão. A recorrida demonstra ainda que tais peças seriam desenvolvidas utilizando os recursos próprios da agência, não representando custo de mídia ou produção para o órgão. **Julgado, portanto, improcedente o recurso.**

A recorrente também contesta a utilização da peça “release de imprensa” entre as ações apresentadas pela recorrida. Afirma que a realização de tal produto não estaria entre as atribuições do contrato de publicidade, infringindo inclusive a legislação, o que seria motivo para a desclassificação da recorrida.

Em suas contrarrazões, a recorrida sustenta que a sugestão de release de imprensa alinhado à campanha demonstra a preocupação com a sinergia nas ações de comunicação, buscando uma atuação conjunta das áreas responsáveis pela comunicação institucional do órgão, otimizando a Estratégia de Não Mídia. Completa dizendo que a elaboração de tal peça não representa custo ao órgão.

Analisadas as alegações da recorrente e da recorrida, esta subcomissão entende que não restou demonstrada falha ou erro que justifique a revisão da nota atribuída na avaliação da proposta. **Julgado, portanto, improcedente o recurso quanto aos fatos resumidos no item 8.**

  
8

## Recursos apresentados contra a concorrente Moringa

A recorrente passa então a demonstrar as supostas falhas cometidas pela concorrente L2W3 – Moringa. Alega, conforme pode ser observado no **resumo constante no item 9**, que a concorrente descumpriu o edital ao cometer uma série de erros de formatação na proposta técnica, especialmente na utilização de espaçamentos múltiplos. Transcreve a determinação do edital quanto a formatação da proposta:

11.2 Quesito 1 – Plano de Comunicação publicitária – via não identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

...

f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

A recorrente anexa imagens da proposta da recorrida, demonstrando que houve descumprimento das determinações do edital.

Em sua defesa, a concorrente L2W3 – Moringa alega que a *“previsão editalícia de espaçamento tem um único objetivo: que todas as agências concorram em condições de igualdade”*.

Analisados os argumentos do recurso e das contrarrazões, o entendimento desta subcomissão é que houve, sim, um descumprimento do edital, porém não é verdadeiro que tal descumprimento tenha possibilitado a identificação da proposta. Entende-se, no entanto, ser cabível a penalização da agência com o **desconto de 0,5 ponto no quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia**.

A recorrente, como já havia feito em recurso contra a proposta da Agência Cálix, questiona o uso pela agência L2W3 – Moringa de recursos próprios do Ministério diferentes dos citados no briefing. O entendimento desta subcomissão técnica é que tal lista é referencial, não devendo ser encarada de maneira hermética. Os recursos citados como alternativa de meios próprios são corriqueiros, de simples implantação e não caracterizariam custos novos para o órgão. A existência do Flickr e do Telegram do Ministério da Infraestrutura é facilmente verificável com uma simples busca na internet. Também observa-se que as ações propostas não ensejariam custos de produção. Julgado, portanto, **improcedente o recurso quanto aos fatos resumidos no item 10**.

A recorrente aponta suposta falha na elaboração da listagem de peças constantes na Estratégia de Mídia e Não Mídia. Cita o edital, que em seu subitem 11.3.4.1 diz:

*11.3.4.1 Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.*

Em seguida, o recurso transcreve parte da proposta da recorrida L2W3 – Moringa, em que é possível ler na Estratégia de Não Mídia:

*Nas redes Twitter (@minfraestrutura), Facebook (@minfraestrutura), Instagram (@minfraestrutura), LinkedIn (MINFRA), Flickr (Minfraestrutura) e Youtube (Minfraestrutura), serão utilizados o vídeo da campanha ou suas peças, customizados para máxima aproveitamento de cada plataforma.*

Na sequência, a recorrente transcreve a lista de peças apresentadas pela recorrida para a Estratégia de Não Mídia, onde não consta menção ao vídeo ou suas peças.

Em suas contrarrazões, a recorrida L2W3 defende que há erro de interpretação de texto por parte da recorrente; que a menção de capa e imagem na listagem faria referência ao “ou suas peças” constante na Estratégia de Não Mídia. A omissão do vídeo, neste entendimento, teria ocorrido por simples escolha de uma solução em detrimento da outra.

Na sequência, a recorrente aponta a omissão das peças *Cartaz e Cartilha*, constantes na lista apresentada pela L2W3 - Moringa na relação do Subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia, mas omitidas na relação de Peças do Subquesto Ideia Criativa, sendo tampouco orçadas na planilha de produção.

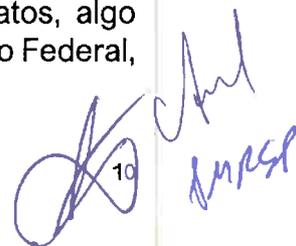
Em contrarrazões, a agência L2W3 – Moringa afirma que o texto da proposta é claro destacar que as peças Cartaz e Cartilhas seriam “disponibilizados para impressão por parceiros interessados”, não gerando custos ao contratante. Sendo incabíveis, por essas razões, as alegações da recorrente.

Após analisar as alegações da recorrente e as contrarrazões, essa subcomissão técnica entende que houve de fato descumprimento do edital na omissão das peças, decidindo pelo desconto de 0,5 ponto para cada ocorrência, resultando em um **desconto de 1 ponto na nota final do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia e 1 ponto no subquesto Ideia Criativa**. Julgado, portanto, parcialmente procedente o recurso quanto aos fatos resumidos no **item 11**.

Outro ponto contestado pela recorrente diz respeito à peça E-mail Marketing. Em seu recurso contra a proposta da concorrente L2W3 – Moringa, alega que houve omissão dos custos de envio de tal e-mail na planilha constante do plano de mídia. Defende que caso esses custos fossem computados, haveria uma extrapolação da verba referencial estabelecida para a elaboração das propostas. Defende, por isso, a desclassificação da concorrente.

Em contrarrazões, a agência L2W3 afirma que o simples envio do e-mail marketing não ensejaria custos.

Analisadas as argumentações, esta subcomissão técnica julgou improcedente o recurso, pois entende que o simples envio do e-mail para lista de contatos, algo corriqueiro na rotina das assessorias de comunicação dos órgãos do Governo Federal,

 10

não representaria novos custos. Julgado, portanto, **improcedente o recurso quanto aos fatos resumidos no item 12.**

A recorrente passa então a questionar a forma como foi apresentado o plano de mídia pela recorrida L2W3. Alega que houve descumprimento do edital, pois haveria ocorrido omissão de informações relativas ao período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias.

Em resposta à alegação, a agência L2W3 apresenta, em suas contrarrazões, cópia do Cronograma Geral de Mídia, constante da sua proposta.

Essa subcomissão entende que não houve omissão das informações exigidas pelo edital. Julgado, portanto, **improcedente o recurso quanto aos fatos resumidos no item 13.**

O recurso passa então a questionar a utilização de mídias sociais com impulsionamento de conteúdo em descumprimento às determinações do edital. Alega que a recorrida não teria utilizado tabela de preços de referência fornecidas por representantes das plataformas, conforme determinado tanto no edital, como nas respostas aos pedidos de esclarecimento. Aponta tal falha especialmente em relação ao Twitter e LinkedIn.

Em suas contrarrazões, a agência L2W3 – Moringa rebate tal acusação. Alega que cumpriu estritamente as determinações do edital. Para corroborar suas afirmações, anexa tabelas fornecidas pelas duas redes sociais, Twitter e LinkedIn, com os preços adotados como referência para a formulação da proposta.

Analisados o recurso e as contrarrazões, esta subcomissão técnica julgou **improcedente o recurso quanto aos fatos relatados no item 14.**

Por fim, a recorrente afirma que houve descumprimento do edital por parte da recorrida L2W3 - Moringa na apresentação dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, pois esta teria omitido o número de contrato no texto dos referendos assinados por cada um dos três clientes.

O edital, em seu subitem 11.10.1 diz:

11.10.1 A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de páginas de trata o subitem 11.10. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

  
PMRSP

Em defesa de sua proposta, a concorrente L2W3 – Moringa afirma que, diferentemente dos contratos públicos, nos contratos privados, não há a numeração dos documentos.

Analisadas as informações apresentadas pelas partes, esta subcomissão entende que não há elementos que levem suspeita quanto à veracidade e à validade das informações prestadas nos referendos. Também não foram verificados elementos que tenham beneficiado a recorrida ou prejudicado a recorrente. **Julgado, portanto, improcedente o recurso quanto aos fatos resumidos no item 15.**

### **Recursos apresentados contra a concorrente FIELDS**

A recorrente passa então a demonstrar supostas falhas na proposta apresentada pela concorrente FIELDS. Em seu primeiro requerimento contra a recorrida, relata que houve descumprimento do edital, pois a FIELDS teria apresentado peça corporificada, um CD contendo Jingle, que não foi listada entre as peças do sub quesito Ideia Criativa. Requer a desclassificação da concorrente sob a alegação de quebra de isonomia e descumprimento do edital.

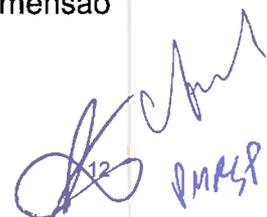
Tal erro na proposta da recorrida FIELDS foi percebido e penalizado por esta subcomissão técnica, que já na fase de julgamento adotou o desconto de nota como penalização. A peça também não foi avaliada, tendo sido desconsiderada na avaliação. No entendimento dos jurados, não há elementos que apontem erros dos jurados e nem uma necessidade de reavaliação na decisão. Julgado, portanto, **improcedente o recurso quanto aos fatos resumidos no item 16.**

A recorrente passa então a questionar a avaliação da proposta apresentada pela concorrente FIELDS no Subquesito Repertório. Aponta que, ao contrário do que determina o Edital, a recorrida deixou de apresentar pelo menos um veículo que tenha exibido as peças, limitando-se a relatar o meio para o qual se destinaram. Pede a desclassificação da concorrente.

A agência FIELDS não apresentou contrarrazões.

A partir da análise das alegações da recorrente, essa subcomissão entende que houve, sim, descumprimento do edital quanto a esse ponto, mas que a penalização de desclassificação não é aplicável. Os jurados decidem pelo desconto de **0,5 ponto para cada ocorrência**, resultando em **um desconto final de 1 ponto na nota do Subquesito Repertório. Julgado, portanto, parcialmente procedente o recurso quanto aos fatos resumidos no item 17.**

A recorrente demonstra que houve erro também na descrição da peça banner de Internet. Enquanto a peça corporificada como exemplo parece apresentar as dimensões 900x250px, ela é descrita na relação de peças como tendo a dimensão



300x250px. Volta a destacar a omissão da peça jingle na mesma relação. Requer a desclassificação da concorrente por entender que houve descumprimento do edital.

Analisados os argumentos, essa banca entende que houve, sim, um erro na descrição da peça. Decide pelo desconto de 0,3 ponto como penalização pelo erro. Por entender que tal falha não afetou a isonomia da concorrência, julga improcedente o pedido de desclassificação. **Julgado, portanto, parcialmente procedente o recurso quanto aos fatos relatados no item 18, ficando a nota da Agência FIELDS, no Subquesto Ideia Criativa, descontada em 0,3 ponto.**

Na sequência, a recorrente pede a desclassificação da concorrente FIELDS por esta ter proposto utilizar o disparo de e-mail marketing utilizando recursos próprios do órgão. Alega que tal lista de e-mail não consta no briefing como opção de meios próprios. Considera que houve descumprimento do edital.

Como já foi dito anteriormente, esta subcomissão entende que a lista apresentada no briefing não é vinculante ou estanque, devendo ser interpretada como mera sugestão. Não há qualquer regra que estipule que a agência não possa fazer proposta de uso de recursos sabidamente corriqueiros nas estruturas de comunicação dos órgãos. **Julgado, portanto, improcedente o recurso quanto aos fatos resumidos no item 19.**

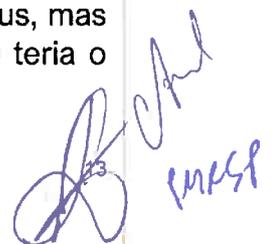
Também é objeto de apontamento da recorrente supostas omissões ocorridas na apresentação de peças propostas. Segundo o recurso, houve omissão da peça "Cartaz", citada na Estratégia de Mídia e Não Mídia, mas omitida da relação de peças do Subquesto Ideia Criativa.

Tal omissão da peça "Cartaz" foi sinalizada e penalizada pela subcomissão quando da avaliação da proposta. Não cabendo nova penalização.

O recurso aponta ainda omissões relativas às peças Folder, Landingpage e vídeo de não mídia, que supostamente teriam ficado fora do orçamento de produção apresentado no plano de mídia. Alega que tal omissão representa um descumprimento do edital punível com desclassificação. Também sustenta que, se fossem orçadas essas produções, haveria descumprimento da verba referencial.

Essa subcomissão fez uma revisão da proposta apresentada pela agência Fields e constatou que o vídeo citado foi orçado, mas as peças Folder e Landingpage realmente não foram relatadas na planilha de produção. Não é possível, no entanto, afirmar que provocariam a extrapolação da verba referencial. **Essa subcomissão entende não ser cabível a desclassificação da agência motivada por tais omissões, mas considera ser razoável a penalização com o desconto de 0,5 ponto para cada uma dessas omissões, resultando em um desconto de 1 ponto na nota atribuída ao Subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia. Julgado, portanto, parcialmente procedente o recurso quanto aos fatos resumidos no item 20.**

Outro suposto erro apontado pela recorrente diz respeito à peça Backbus. O recurso argumenta que a agência FIELDS teria descrito e apresentado a peça Backbus, mas orçado a mídia BUSDOOR, que seria menor e mais barata. Tal divergência teria o



condão de impactar os custos da proposta e por consequência provocaria o desrespeito a verba referencial proposta pelo briefing.

Essa subcomissão entende que não é possível sustentar tal afirmação e que os elementos apresentados não são suficientes para demonstrar a necessidade de um novo julgamento, tampouco seriam suficientes para justificar a desclassificação da proposta. **Julgado, portanto, improcedente o recurso quanto aos fatos relatados no item 21.**

A recorrente também aponta descumprimento do edital por parte da concorrente Fields relativo ao uso de impulsionamento de Redes Sociais. Essa subcomissão reforça o entendimento apresentado até agora de que o edital e os pedidos de esclarecimento deixaram essa possibilidade em aberto, sem estabelecer vedação. **Julgado, portanto, improcedente o recurso quanto aos pontos resumidos no item 22.**

A recorrente alega que a concorrente FIELDS haveria descumprido o edital por não ter apresentado o resumo geral do plano de mídia e nem a simulação dos parâmetros de cobertura e frequência. Defende ser essa razão para desclassificação da concorrente.

Analisados os argumentos, essa subcomissão técnica entende que as informações demandadas pelo edital estão presentes na proposta, as diferenças na forma de apresentação dos dados não significam que tenha havido descumprimento do edital, uma vez que não foi estabelecido um modelo para apresentação dos dados. **Julgado, portanto, improcedente o recurso quanto ao item 23.**

## **II - Recurso Administrativo da L2W3 DIGITAL LTDA (Moringa), classificada em 3º lugar com nota de 94,3:**

A recorrente argumenta que:

- 1) Teria ocorrido erro por parte da recorrida **Cálix** na elaboração do Plano de Mídia. Segundo a recorrente, os valores apresentados como referência para a formulação da proposta de mídia MUB estariam errados, inferiores aos praticados no mercado. Alega que tal subdimensionamento teria ocorrido propositalmente, para que não houvesse estouro do valor de referência estabelecido pelo briefing para a formulação da campanha. Requer a **desclassificação da recorrida Cálix.**
- 2) Afirma que a recorrida **MOOVE** teria cometido erro ao não prever os custos de logística para a distribuição dos cartazes propostos como peças de não mídia. Alega que, além de ser uma peça que não deveria ser considerada para a avaliação, tal erro implicaria o estouro da verba referencial. No mesmo sentido, alega que houve omissão dos custos de link para envio dos

filmes às emissoras de TV. O que também contribuiria para o estouro do orçamento. Requer a **desclassificação da recorrida MOOVE** por descumprimento do Edital.

- 3) Aponta que a recorrida **MOOVE** teria descumprido o edital ao apresentar a peça Filme utilizando o roteiro e storyboard, quando, no entendimento da recorrente, seria facultada a escolha de apenas uma destas alternativas. Requer a **desclassificação da concorrente MOOVE**.
- 4) Sustenta que houve erro da agência **Cálix** na apresentação de gráfico de afinidade do público-alvo. Requer **desconto de nota no Subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia**.
- 5) Defende que a proposta da agência **MOOVE** apresenta uma série de erros na formulação do plano de mídia, como: falta de embasamento no *share* para a distribuição do investimento, erro na escolha de programas, baixa cobertura nacional e ineficiência na alocação dos recursos. O mesmo teria ocorrido no meio TV Fechada. Requer **desconto de nota do Subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia**.
- 6) Contesta o julgamento da subcomissão Técnica quanto à qualidade das suas peças apresentadas no Subquesto Repertório. **Requer a majoração da própria nota**.

### **Resposta da subcomissão**

A recorrente alega que a recorrida Cálix teria cometido erro grave no plano de mídia ao orçar com valores subdimensionados as peças de mobiliário urbano. Apresenta orçamento obtido junto a fornecedores e cálculo segundo o qual, caso tivesse levado em conta os valores corretos, a recorrida Cálix teria ocorrido em uma extrapolação da verba de referência em R\$ 44.608,00, o que considera um erro grave.

Em suas contrarrazões, no entanto, a recorrida Cálix apresenta troca de e-mails que demonstram verdadeiro o valor utilizado para o exercício de planejamento. Há ainda carta do fornecedor convalidando as informações.

Analisadas as alegações da recorrente e as contrarrazões da recorrida, esta subcomissão técnica entende que não há elementos que justifiquem a desclassificação da concorrente Cálix. **Julgado, portanto, improcedente o recurso quanto aos fatos resumidos no item 1.**

A recorrente passa então a pedir a desclassificação da **concorrente MOOVE**. Alega que esta também teria extrapolado a verba referencial, pois teria mencionado a realização da peça "Cartaz", com a impressão de 30 mil unidades, sem prever, no entanto, os custos para distribuição. Sustenta que caso tivessem sido levados em conta estes custos, haveria ocorrido uma extrapolação da verba referencial.

*Handwritten signature in blue ink:*  
Cálix  
PMSP

O recurso também afirma que a **recorrida MOOVE** teria omitido do orçamento os custos de link para distribuição do filme de 30" para as emissoras TV Globo, Record, SBT, RedeTV, GloboNews e BandNews. Levando-se em conta o custo médio de R\$ 375,00 por link, a correção do erro representaria uma elevação do orçamento em R\$ 2.635,00. Somados aos custos extras de distribuição do Cartaz, haveria uma extrapolação da verba referencial, segundo a recorrente.

Em contrarrazões, a **agência Moove** afirma ter deixado claro na proposta que a distribuição dos cartazes se daria com o uso de recursos próprios do órgão. Defende ainda que o cálculo apresentado pela recorrente não tem base factual.

Sobre a suposta omissão dos custos de transmissão do filme de 30" para as emissoras de TV, a recorrida alega que é de conhecimento do mercado que tais custos são comumente absorvidos pela agência ou produtora, e até mesmo bonificados pelos meios.

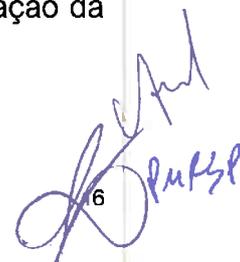
Analisados o recurso e as contrarrazões, essa subcomissão técnica esclarece que a omissão do "cartaz" já foi sinalizada e devidamente punida quando da avaliação da proposta. Entende também não ser procedente a solicitação de desclassificação. Em relação a omissão dos links, esta subcomissão entende que houve, sim, falha neste ponto, erro não percebido no julgamento da proposta. **Em decorrência de tal falha, e guardando isonomia com a avaliação de erros da mesma natureza em outras propostas, esta subcomissão decide pelo desconto de 0,5 ponto para cada ocorrência na nota final do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia, ou seja, serão descontados 3 pontos na nota final da agência Moove no Subquesto. Julgado, portanto, parcialmente procedente o recurso quanto aos fatos resumidos no item 2.**

Ainda em relação à proposta da agência MOOVE, a recorrente afirma ter havido descumprimento do edital na apresentação da peça Filme, tendo este sido demonstrado em formato de roteiro e storyboard. A recorrente sustenta que o edital estabelece que a peça seja demonstrada de apenas uma forma.

Em sua defesa, a recorrida MOOVE nega ter feito a apresentação da proposta em duplicidade de formatos.

Analisados os argumentos das partes, esta subcomissão entende que não houve qualquer erro que tenha favorecido ou prejudicado concorrentes, afetando a lisura e isonomia do processo licitatório. **Julgado, portanto, improcedente o recurso quanto ao fato relatado no item 3.**

A recorrente passa então a tratar da proposta da concorrente Cálix. Afirma ter havido erro na apresentação dos dados de afinidade do público-alvo, informação que integra a Estratégia de Mídia e Não Mídia. Estabelece comparação entre o próprio gráfico e o da concorrente para demonstrar as divergências. Requer desconto na pontuação da concorrente.



**A recorrida Cálix**, em contrarrazões, afirma que as divergências se devem unicamente a uma diferença de recorte nos dados que compõem a análise. Enquanto o gráfico da agência Moringa faria referência ao segundo semestre de 2019, os dados da Cálix seriam referentes ao ano de 2019 completo.

Analisadas as informações prestadas pelas partes, esta subcomissão entende que não foram apresentadas razões para modificação no julgamento. **Julgado, portanto, improcedente o recurso quanto aos fatos resumidos no item 4.**

A recorrente volta a analisar a proposta da agência MOOVE. Pede a diminuição da nota em decorrência de supostos erros cometidos na elaboração do plano de mídia. Sustenta que não teria sido levado em consideração o *share* para determinar a distribuição do recurso.

Acrescenta que a programação dos anúncios teria levado em conta dois programas regionais que não deveriam ser utilizados na proposta rede. E, por último, alega um baixo investimento em mídia nacional, afetando a cobertura e frequência.

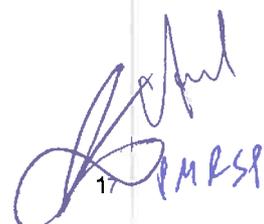
A agência MOOVE, em suas contrarrazões, alega serem falsas as afirmações da recorrente. Sustenta ter elaborado o plano de mídia seguindo os critérios de cobertura e frequência e buscando o melhor resultado.

A subcomissão técnica, após analisar as informações das partes, decidiu que não foram apresentados erros objetivos que justifiquem um “rejulgamento” da proposta. **Julgado, portanto, improcedente o recurso quanto ao exposto no item 5.**

Por fim, a recorrente passa a solicitar uma reconsideração na avaliação das peças apresentadas no subquesito Repertório. Apresenta uma série de argumentos com o intuito de levar a subcomissão a uma nova interpretação dos dados.

Em suas contrarrazões, tanto a agência Moove como a Agência Cálix pedem que não seja dado provimento ao recurso.

Esta subcomissão entende que não foram evidenciados erros de julgamento que justifiquem uma reavaliação do julgamento. **Julgado, portanto, improcedente o recurso quanto aos fatos relatados no item 6.**

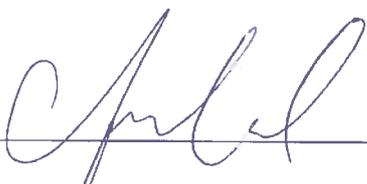
  
17 PMRSP

Em virtude da alteração de notas, fica assim definida a classificação das empresas participantes desta concorrência:

Planilha pontuação final - Julgamento Proposta Técnica										
	Plano de comunicação					Capacidade de atendimento	Repertório	Relato de Problemas de Comunicação	Total Geral	Situação
	Raciocínio Básico	Estratégia de Comunicação	Ideia Criativa	Estratégia de Mídia e Não Mídia	Subtotal					
Cálix Comunicação e Publicidade LTDA	7,7	24	21	9,3	62	20	9	8	99	Classificada
Pública Comunicação LTDA - MOOVE	7,7	23,1	19,3	6,4	56,4	19,8	8,5	8	92,7	Classificada
L2W3 Digital LTDA - Moringa	8	23,3	18,3	7,3	56,9	20	6,9	8	91,8	Classificada
FIELDS Comunicação LTDA	5,2	17	15,3	5,4	42,8	20	8	8	78,8	Classificada
NETMÍDIA Comunicação e Marketing LTDA	7,2	20,7	12,7	5,7	46,2	17,6	4,7	5	73,5	Desclassificada
ICOMUNICAÇÃO INTEGRADA EIRELI	3	15,7	14,2	3,7	36,5	20	7,7	7,7	71,9	Desclassificada

Brasília, 30 de março de 2022

**SUBCOMISSÃO TÉCNICA**



---

Camila Mota Andrade



---

Pedro Moraes Raso Sardinha Pinto



---

Rodrigo Kaiser Saccone