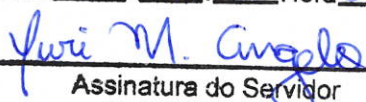


ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
DA CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL,

Concorrência nº 02/2023

Câmara Municipal de São Caetano do Sul	
SLIC - Setor de Licitações e Contratos	
RECEBIDO	
Data:	10 / 08 / 2023 Hora 15:05
	
Assinatura do Servidor	

OCTOPUS COMUNICAÇÃO LTDA., agência de publicidade, com qualificação neste procedimento licitatório, por meio do representante legal subscrito, vem, respeitosa e tempestivamente, apresentar recurso administrativo, pelos motivos a seguir expostos.

DA TEMPESTIVIDADE

Considerando a data da sessão pública em 03/08/2023, tem-se como tempestivo o recurso protocolado até o dia 10/08/2023 (*cinco dias úteis*), nos termos do item 9.5 do edital e disposição no art. 109, da Lei nº 8.666/1993.

RAZÕES DO RECURSO

O presente recurso administrativo tem por objetivo destacar vícios na decisão proferida pela Subcomissão Técnica ao avaliar as propostas apresentadas pelos licitantes.

Vejamos:



1- Invólucro 1 – campanha A – empresa CIN

A concorrente **CIN** apresentou uma única campanha veiculada na TV Câmara.

De acordo com o briefing as campanhas propostas deveriam atingir três objetivos principais, conforme página 35 do edital:

4. OBJETIVOS DA CAMPANHA FRENTE AOS PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

A campanha publicitária proposta deve abarcar três objetivos principais, que são os problemas de comunicação a serem enfrentados:

1. O fortalecimento do poder Legislativo de São Caetano do Sul como órgão fiscalizador e protagonista nos debates da gestão pública do município;
2. Aperfeiçoamento da grade de programação da TV Câmara de São Caetano bem como a comunicação à população de sua existência e respectivos conteúdos que vão ao ar nos canais oficiais do Legislativo;
3. Incentivo à participação presencial e digital da população em todas as atividades realizadas pela Câmara Municipal de São Caetano do Sul.

De maneira evidente a proposta da **CIN** não cumpre **NENHUM** dos objetivos e ignorou integralmente o **item 3 (Desafios)**:

3. DESAFIOS

Com intensificação dos meios digitais no mundo atual, a comunicação precisou se adaptar à realidade das novas tecnologias e adentrou, sobretudo, nas redes sociais (Youtube, Facebook e Instagram) e aplicativos de mensagens (WhatsApp e Telegram). Essas ferramentas tornaram-se fundamentais no processo de comunicação e foram inseridas com toda força na comunicação pública de todo Brasil.

Nesse contexto, a TV Câmara tomou-se a grande central de produção de conteúdo do Legislativo e, as redes sociais, os canais mais utilizados para publicação e distribuição desses materiais. Há necessidade, contudo, de proporcionar conhecimento desses canais e incentivar o acesso da população aos seus conteúdos, muitas vezes, com baixa audiência se formos comparar ao número de moradores de São Caetano do Sul, 162.763 (cento e sessenta e dois mil, setecentos e sessenta e três), segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

Essencial, inclusive, que seja proposta nova grade de conteúdo que integre os seguintes itens, com respectiva criação de suas logomarcas: Resumo das sessões ordinárias; Espaço aberto de opinião popular sobre temas relacionados aos projetos debatidos; Explicação sobre o funcionamento da Câmara; Entrevistas com parlamentares e personalidades; Curiosidades gerais da Casa de Leis e seus membros; Participação por meio de perguntas enviadas pelo WhatsApp e demais redes sociais; Incentivo à participação de crianças e jovens por meio de conteúdos especiais; Resumo dos demais eventos e sessões; História do poder Legislativo; E telejornal.

III- No cálculo da distribuição dos custos para a produção e veiculação da campanha de que trata o item 5.1.1.1.1 (Plano de Comunicação Publicitária), a licitante deverá utilizar como referencial a verba discriminada no Briefing (ANEXO I do presente Edital), a ser considerado na simulação de mídia. As inserções, nos veículos de comunicação, deverão ser consideradas por seus valores brutos, observados os valores de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso deste Edital. Devem ser desconsiderados os custos internos e honorários sobre os serviços especializados de produção de peças de divulgação, de peças e materiais de não mídia e das ações de comunicação;

Na imagem abaixo destacamos o valor bruto, considerando tabela cheia do portal ABCD Real, inclusive o formato sugerido pela agência CIN em sua estratégia, não existe na tabela de preços, mas acreditamos que foi um erro de digitação onde o formato correto é 300x300px;

Tabela de preço do veículo Portal ABCD Real vigente na data de publicação do aviso do edital 02/2023

MÍDIA KIT ALESSI COMUNICAÇÃO
MARCA DO JORNALISMO NO ABCD
VÁLIDO PARA 2023

ABCD Online

SUPERBANNER	VALOR BRUTO PARA VEICULAÇÃO
Superbanner, principal do ABCD REAL, no cfo, com destaque logo no acesso do portal, formato 728x90px, em gif ou jpg, com link de acesso à página do cliente.	MENSAL: R\$ 30.000,00 - CUSTO UNITÁRIO/DIA: R\$ 1.000,00 15 DIAS: R\$ 20.400,00 - CUSTO UNITÁRIO/DIA: R\$ 1.360,00 10 DIAS: R\$ 15.000,00 - CUSTO UNITÁRIO/DIA: R\$ 1.500,00 07 DIAS: R\$ 12.000,00 - CUSTO UNITÁRIO/DIA: R\$ 1.714,28

BANNER LATERAL	VALOR BRUTO PARA VEICULAÇÃO
Banner lateral, abaixo das principais notícias e ao lado das demais, formato 300x300px, em gif ou jpeg, com a possibilidade de link de acesso à página do cliente.	MENSAL: R\$ 15.000,00 - CUSTO UNITÁRIO/DIA: R\$ 500,00 15 DIAS: R\$ 10.200,00 - CUSTO UNITÁRIO/DIA: R\$ 680,00 10 DIAS: R\$ 7.500,00 - CUSTO UNITÁRIO/DIA: R\$ 750,00 07 DIAS: R\$ 6.000,00 - CUSTO UNITÁRIO/DIA: R\$ 857,14

PROGRAMA JOAQUIM ALESSI
Levado ao ar para um público exposto em aproximadamente 1 milhão de pessoas desde dezembro de 2008

Exibido em TV Regional e nas mídias sociais (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter)

SPOT DE 1 MINUTO R\$ 30.000,00 PARA 20 DIAS
R\$ 15.000,00 PARA 10 DIAS

SPOT DE 30 SEGUNDOS R\$ 15.000,00 PARA 20 DIAS

ALESSI COMUNICAÇÃO LTDA. (11) 9 9717-4868
JOAQUIM ALESSI | DIRETOR E-MAIL: JOAQUIMALESSI@UOL.COM.BR



Sobre o valor mencionado no plano de R\$ 7.500,00 foi aplicado um desconto de 50% do valor bruto da tabela, mas **este desconto CONTRARIA DISPOSIÇÃO DO** item 5.1.1.1.1, a.4, III do edital, conforme citado acima.

E o mesmo acontece com a média indoor para anúncios a cada 12', o valor unitário apresentado pela agência **CIN** é de R\$ 42,50, sendo o correto R\$ 45,50.

Planilha apresentada pela agência CIN

MEDIA	MEIO	PERIODICIDADE	FORMATO	COLOCAÇÃO	OUTUBRO 2023																															TT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
INDOOR	TV ELEVADOR	LOOPING DIÁRIO ACADA 12'- 100 MONITORES / SEMANA	VINHETA 10"	CONDOMINIOS RESIDENCIAL E COMERCIAIS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	796	R\$ 42,50	R\$ 32.130,00
TOTAL MEDIA INDOOR																																				TH	TOTAL	R\$ 32.130,00

Tabela de preço do veículo Helloo vigente na data de publicação do aviso do edital 02/2023

TABELA DE PREÇOS 2022 - POR PESO helloo,

PRAÇA	Valor por Inserção	Peso 1		Peso 2		Peso 3		Peso 4		Peso 5		Peso 6	
		1 inserção a cada 12' tela/semana		1 inserção a cada 6' tela/semana		1 inserção a cada 4' tela/semana		1 inserção a cada 3' tela/semana		1 inserção a cada 2,4' tela/semana		1 inserção a cada 2' tela/semana	
		Ins.	R\$	Ins.	R\$	Ins.	R\$	Ins.	R\$	Ins.	R\$	Ins.	R\$
SÃO PAULO	0,0556	819	45,50	1.638	91,00	2.457	136,50	3.276	182,00	4.095	227,50	4.914	273,00
ABC	0,0556	819	45,50	1.638	91,00	2.457	136,50	3.276	182,00	4.095	227,50	4.914	273,00
BARUERI/SANTANA DE PARNAÍBA	0,0556	819	45,50	1.638	91,00	2.457	136,50	3.276	182,00	4.095	227,50	4.914	273,00
GUARULHOS	0,0556	819	45,50	1.638	91,00	2.457	136,50	3.276	182,00	4.095	227,50	4.914	273,00
OSASCO	0,0556	819	45,50	1.638	91,00	2.457	136,50	3.276	182,00	4.095	227,50	4.914	273,00
TABOÃO DA SERRA	0,0556	819	45,50	1.638	91,00	2.457	136,50	3.276	182,00	4.095	227,50	4.914	273,00
CAMPINAS	0,0556	819	45,50	1.638	91,00	2.457	136,50	3.276	182,00	4.095	227,50	4.914	273,00
RIBEIRÃO PRETO	0,0330	819	27,00	1.638	54,00	2.457	81,00	3.276	108,00	4.095	135,00	4.914	162,00
SANTOS/SÃO VICENTE	0,0330	819	27,00	1.638	54,00	2.457	81,00	3.276	108,00	4.095	135,00	4.914	162,00
RIO DE JANEIRO	0,0556	819	45,50	1.638	91,00	2.457	136,50	3.276	182,00	4.095	227,50	4.914	273,00
NITERÓI	0,0556	819	45,50	1.638	91,00	2.457	136,50	3.276	182,00	4.095	227,50	4.914	273,00
CURITIBA/PINHAI/S.J. DOS PINHAIS	0,0525	819	43,00	1.638	86,00	2.457	129,00	3.276	172,00	4.095	215,00	4.914	258,00
SALVADOR	0,0525	819	43,00	1.638	86,00	2.457	129,00	3.276	172,00	4.095	215,00	4.914	258,00
GOIÂNIA	0,0330	819	27,00	1.638	54,00	2.457	81,00	3.276	108,00	4.095	135,00	4.914	162,00
Belo Horizonte/ Nova Lima	0,0556	819	45,50	1.638	91,00	2.457	136,50	3.276	182,00	4.095	227,50	4.914	273,00

Mais uma vez a **CIN** é beneficiada com pontuação acima dos demais concorrentes, pois considerando valores inferiores aos valores de tabela, o correto é R\$ 45,50 e não R\$ 42,50 como apresentado por aquela concorrente.

Na imagem abaixo demonstramos o cronograma geral de investimento da proposta da agência **CIN**.

CRONOGRAMA GERAL			
MEIOS	OUTUBRO.2023	VALOR TOTAL	%
MÍDIA		R\$ 451.419,60	90,4%
PRODUÇÃO (MÍDIA E NÃO MÍDIA)		R\$ 48.100,00	9,6%
TOTAL GERAL		R\$ 499.519,60	100%

A verba estipulada para a campanha fictícia no edital, é de R\$ 500.000,00, assim para manter a isonomia entre os concorrentes.

Como demonstrado acima a concorrente **CIN** utilizou o valor de R\$ 499.519,60, no entanto, para espanto, este valor está errado, porque deixou de incluir as diferenças dos valores corretos. Seria então necessário somar R\$ 7.500,00 ao montante e, também, a diferença do valor da mídia indoor de R\$ 2.268,00, **resultando no valor final de R\$ 509.287,60.**

É uma evidência objetiva de que a CIN EXTRAPOLA a verba disponível para a campanha e ao invés de sofrer consequência pelo descumprimento de regra do edital, foi beneficiada com a maior pontuação, tornando a situação suspeita por favorecimento, o que é grave e deve ser corrigido em tempo.

O princípio da isonomia está sendo deliberadamente descumprido, tornando o resultado viciado de nulidade e vulnerável à avaliação externa na hipótese de mantida a pontuação, mesmo depois do conhecimento levado à Comissão.

É necessária a **revisão para baixo** da pontuação da **CIN** em consideração aos apontamentos acima.

2- Invólucro 1 – campanha C – empresa Linking

A concorrente **LINKING** apresenta em sua estratégia de mídia a utilização do meio TV e sugere veiculações no programa Bom dia Brasil da Rede Globo, só que a referida concorrente não se atentou ao preço de tabela correto e acabou utilizando valores errados, vejamos: .

CLIENTE		CAMPAIGN																																			
CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL		Vend. Tel. e Câmara local																																			
Endereço: Av. Goiás, 600 - Santo Antônio																																					
Cidade: São Caetano do Sul																																					
UF: São Paulo																																					
CEP: 11410-190																																					
TELEFONE: (11) 4228-6000																																					
Seq	Programação	Formato	Cobrança	Seg	Ter	Qui	Sab	Sun	Seg	Ter	Qui	Sab	Sun	Seg	Ter	Qui	Sab	Sun	Seg	Ter	Qui	Sab	Sun	Seg	Ter	Qui	Sab	Sun	Seg	Ter	Qui	Sab	Sun	Quantidade			
1	ODH																																				
2	Outdoor	9x3m - 6x-semana	Externo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	3			
3	Budôor	2.10x0,95m	Externo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	20			
4	Panel CPTM	2.40x1,15m	Externo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	1			
5	Banner 2x1	Vídeo de 15"	Externo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	171.999			
6	Sanfona Delivery	24x09 cm	Externo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	3.000			
CANAL DIGITAL																																					
9	Facebook	Vídeo de 30 seg/imagem	Post	X	X	X			X	X	X			X	X	X			X	X	X			X	X	X			X	X	X			12			
10	Instagram	Vídeo de 30 seg/imagem	Post	X	X	X			X	X	X			X	X	X			X	X	X			X	X	X			X	X	X			12			
11	Youtube	Vídeo de 30 seg	Post	X	X	X			X	X	X			X	X	X			X	X	X			X	X	X			X	X	X			12			
12	TikTok	Vídeo de 30 seg	Post	X	X	X			X	X	X			X	X	X			X	X	X			X	X	X			X	X	X			12			
13	Google Meu Negócio	Imagem 1080x1080 px	Post	X	X	X			X	X	X			X	X	X			X	X	X			X	X	X			X	X	X			12			
14	SMS	Texto	Externo	X	X				X	X				X	X				X	X				X	X									0			
15	WhatsApp	1080x1350px	Externo	X	X				X	X				X	X				X	X				X	X									0			
16	E-mail Marketing	600x1120 px	Externo	X	X				X	X				X	X				X	X				X	X									0			
MÍDIA ELETRÔNICA																																					
18	TV Globo - Bom dia Brasil	Vídeo de 30"	Determinado	X	X				X	X				X	X				X	X				X	X									0			
19	TV Globo - E de Casa	Vídeo de 30"	Determinado						X						X					X														4			
20	Fórmula Interpositiva	Spot 30"	Roubo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	20			
21	JORNAL	Diário do Grand ABC	1/4 página	Indet.	X				X																									2			
MÍDIA DIGITAL																																					
26	Print L&L	Banner (diversos formatos)	24 h	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	4.840.700			
27	Google ADS	Vídeo de 15", Display, Texto	24 h	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	212.500			
28	Facebook Instagram ADS	Vídeo de 15"	24 h	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	18.000			
29	TikTok ADS	Vídeo de 15"	24 h	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100.000			
30	Spotify	Spot 30"	24 h	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	100.000			
INVESTIMENTO TOTAL R\$ 462.304,82																																					

A **LINKING** indicou o valor unitário R\$ 18.892,00, mas o correto é R\$ 23.585,00, conforme tabela abaixo da Rede Globo.

Tabela de preço do veículo TV Globo vigente na data de publicação do aviso do edital 02/2023

segunda a domingo

sigla	programa	dias	horário	coeficiente 15"	meses	SP		
						Estado	Interior	São Paulo
HORA	Hora Um	Seg/Sex	04:00	0,5		SPE	SPI	SP1
BPRA	Bom Dia Praça	Seg/Sex	06:00	0,5	abr	9.993	6.359	3.634
					mai	9.993	6.359	3.634
					jun	9.993	6.359	3.634
					jul	9.993	6.359	3.634
NBRA	Bom Dia Brasil	Seg/Sex	08:30	0,5	abr	28.766	11.625	17.141
					mai	28.766	11.625	17.141
					jun	27.197	11.326	15.871
					jul	27.197	11.326	15.871
NBRA	Bom Dia Brasil	Seg/Sex	08:30	0,5	abr	43.420	18.892	24.528
					mai	41.750	18.165	23.585
					jun	41.750	18.165	23.585
					jul	41.750	18.165	23.585

Corrigindo o plano para o valor correto o total para 8 inserções custa R\$ 188.680,00 e não R\$ 151.136,00 como consta no plano. Ou seja, são R\$ 37.544,00 a menos que a agência deixou de contemplar em sua proposta.

O mesmo erro é cometido no meio OOH, com o veículo Banco 24h, para o qual o valor de sua tabela é de R\$ 490,00 semanal com 340 inserções por tela, que totaliza 2.380 inserções semanais por tela.

O valor utilizado pela agência **LINKING** é o valor negociado por inserção e não o valor da tabela do veículo!

A **LINKING** extrapolou a verba estabelecida pelo briefing e assim o princípio da isonomia foi ferido, observe a planilha de investimento total da Agência Linking na imagem abaixo:

Planilha de Investimento Total (Mídia e Não Mídia)				
Meio	Formato/Peça	Produção	Veiculação	TOTAL
OOH				
TOTAL		R\$ 3.210,00	R\$ 56.914,00	R\$ 60.124,00
CANAIS DIGITAIS				
TOTAL		R\$ -	R\$ 9.600,00	R\$ 9.600,00
MÍDIA ELETRÔNICA				
TOTAL		R\$ 22.000,00	R\$ 281.996,00	R\$ 303.996,00
MÍDIA IMPRESSA				
TOTAL		R\$ -	R\$ 35.880,00	R\$ 35.880,00
MÍDIA DIGITAL				
TOTAL		R\$ -	R\$ 78.000,00	R\$ 78.000,00
PEÇAS GRÁFICAS				
TOTAL		R\$ 11.551,00	R\$ -	R\$ 11.551,00
TOTAL		R\$ 38.761,00	R\$ 462.390,00	R\$ 499.151,00

Como podemos observar o valor utilizado pela agência **Linking** é de R\$ 499.151,00 sem somar os valores corretos das inserções, que ultrapassam o montante da verba estabelecida.

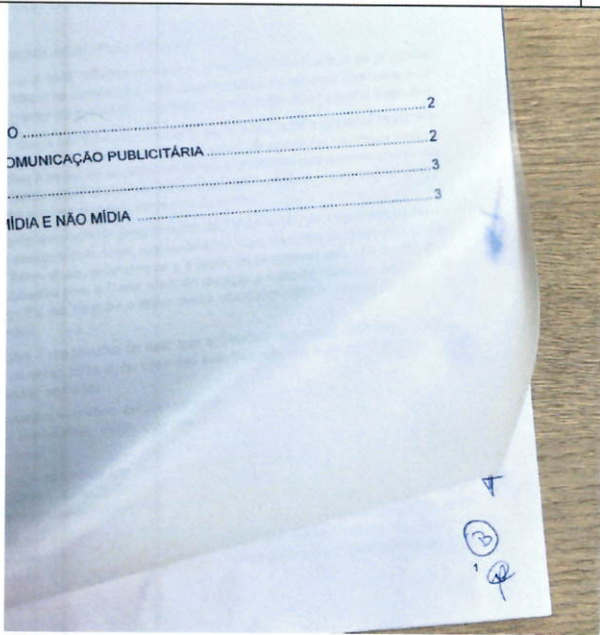

3- Invólucro 1 – campanha B– empresa A3CS

A proposta da concorrente **A3CS** (estratégia de mídia e não mídia) não contém descrição nenhuma de palavra sobre o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários. Muito menos demonstrou a capacidade analítica evidenciada no exame dos hábitos de consumo. Contudo, acaba sendo compreensível a falta de capacidade, porque sequer chegou a redigir sobre o tema.

E o que também chama atenção não é a agência deixar de apresentar o que é exigido no edital, mas, sim, é ter a segunda maior nota em relação aos outros concorrentes descumprindo exigência do edital.

Outro item que não tem como passar despercebido é o fato de a **A3CS** apresentar sua proposta encadernadas em capas plásticas, o que contraria o item 5.2.3 do edital, no qual está claramente exigido que as propostas deverão ser encadernadas com espiral preto na vertical à esquerda, capa e contracapa em papel A4 branco – 90 gramas;

É inaceitável que este descumprimento represente a alta pontuação ao concorrente que não atende exigência básica, vejamos:

Conteúdo do Invólucro nº 1	
Capa	Contracapa
	

Para piorar, além de não cumprir com o solicitado no invólucro nº 1, para o invólucro nº 3 a **A3CS** também utiliza o mesmo tipo de capa e contracapa, como demonstrada nas imagens abaixo:



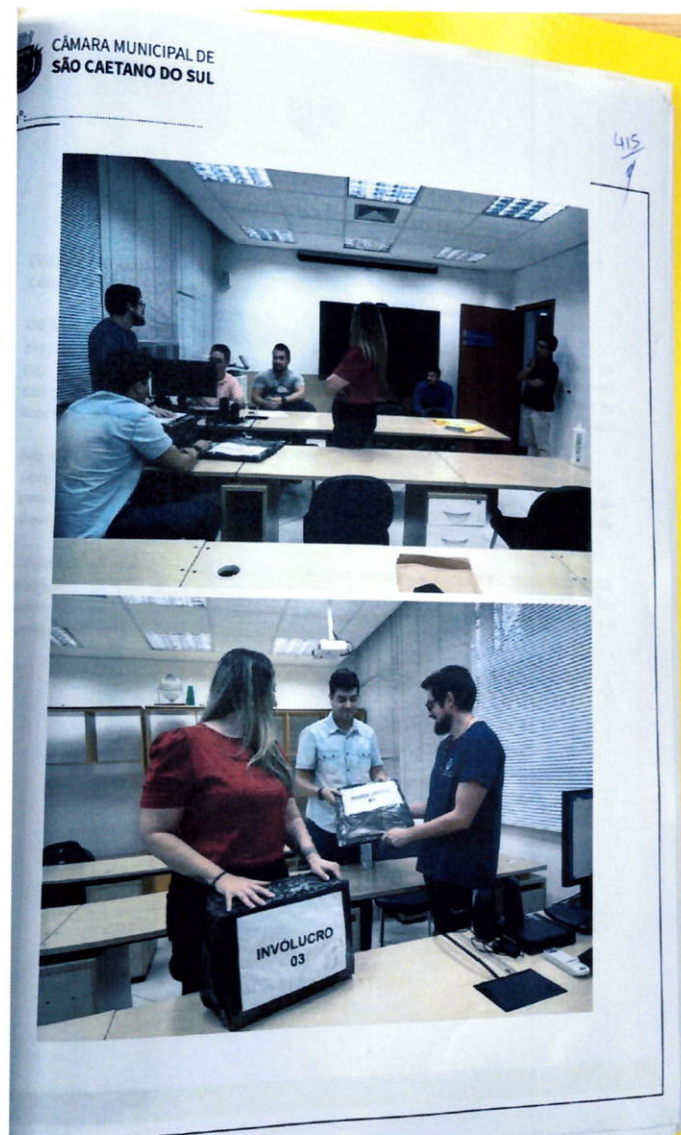


Assim a empresa **A3CS** utilizou-se do mesmo elemento em seu invólucro de nº 1 e nº 3, **CONTRARIANDO** a disposição do item 5.4.3¹ do edital e também o que rege a lei 12.232/2010.

Esta falha permite o destaque e a identificação da proposta da concorrente, o que deve restar na desclassificação da proposta por não atender a quesito básico numa licitação pública.

Caso a subcomissão técnica tivesse acesso aos invólucros em momentos distintos poderia existir uma pequena chance de passar despercebido tal semelhança, mas não foi o que aconteceu, a subcomissão técnica recebeu os dois invólucros juntos (1 e 3), conforme demonstrado através de fotos inseridas no processo da contratação de agencia.

¹ 5.4.3. O Invólucro nº 3 e os documentos nele acondicionados, em caderno único (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (invólucro nº 1) e que permita identificar a autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.



Observamos que os dois pacotes que acondicionavam os invólucros foram entregues juntos na mesma reunião para avaliação das propostas, outro fato evidente dos dois invólucros estarem lado a lado é a ata da subcomissão técnica.



CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO CAETANO DO SUL

1

ATA DE SESSÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Data: 31 de julho de 2023

Horário: 08:15 horas

Concorrência n°: 01/2023

Processo CM n°: 0342/2023

OBJETO: Contratação de agência de propaganda e publicidade, especializada na prestação de serviços publicitários, destinados à CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL, que possibilite o atendimento das políticas públicas do setor, relativas às campanhas institucionais, educativas e de utilidade pública, pelo período de 12 (doze) meses.

No dia e hora supramencionados, na sede da Câmara Municipal de São Caetano do Sul, com a presença de todos os integrantes da Subcomissão Técnica, no final assinados, do processo licitatório em epígrafe, formada por **Duan Oliveira Costa**, **Natalia Schener de Barros** e **Allan Ferreira Sturki** foi realizada reunião para análise e julgamento dos documentos recebidos.

Inicialmente, foi realizada a abertura dos receptáculos e constatada a ausência de possibilidade de identificação de quaisquer das empresas. Os envelopes foram identificados com codinomes para possibilitar a identificação temporária das empresas, ou seja, envelopes "A", "B", "C" e "D".

Foram iniciados os trabalhos de análise e julgamento das propostas.

Às 12h30 os trabalhos foram suspensos para almoço dos membros e reiniciados às 13h30.

A sessão foi devidamente encerrada às 18h00.

Por fim, não havendo mais nada a consignar, foi encerrada a presente sessão.

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

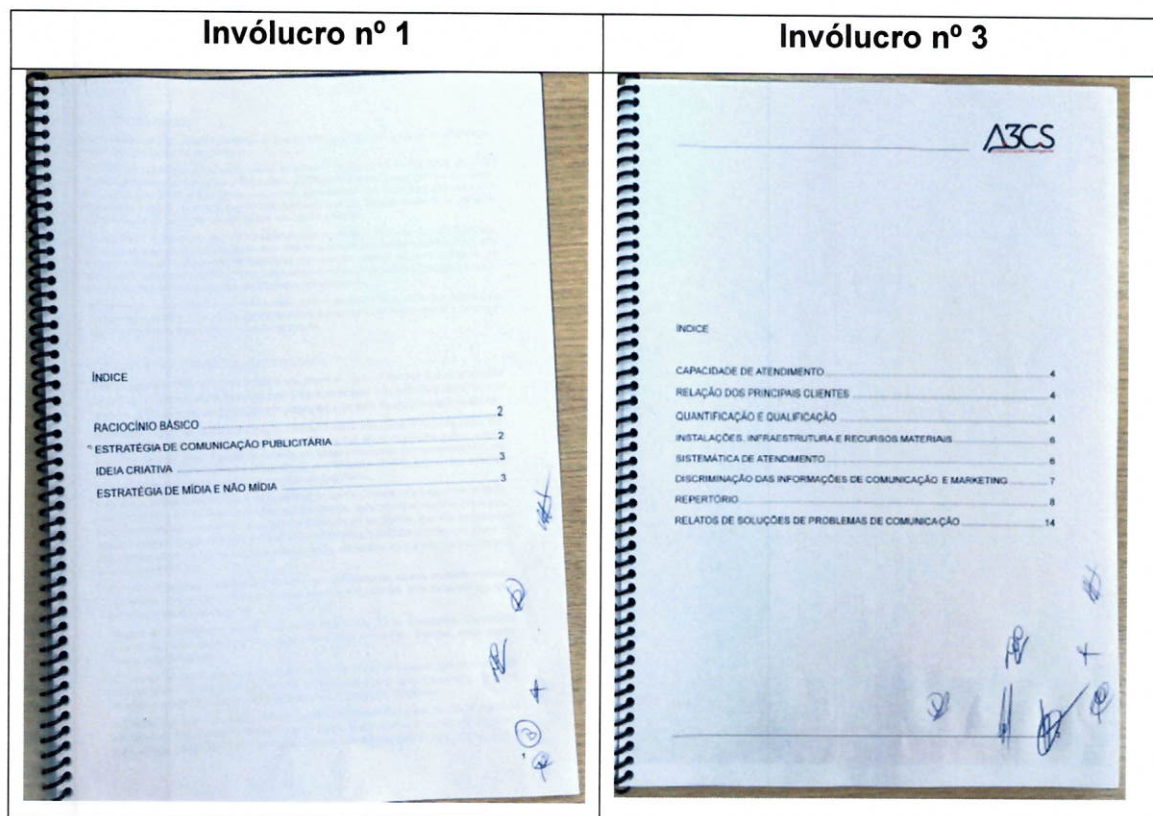

DUAN OLIVEIRA COSTA
Presidente


NATALIA SCHENER DE BARROS
Membro


ALLAN FERREIRA STURKI
Membro

Avenida Goiás, 600 - São Caetano do Sul - SP - CEP 09521-310 - PABX: (11) 4228-6000 - www.camarascsp.gov.br

Outra evidência da semelhança apontada é o índice inserido tanto na proposta do invólucro n°. 1, quanto no invólucro n° 3, conforme demonstrado nas imagens abaixo:



Mais uma evidência de que a empresa propositadamente identificou sua proposta e, com isso, DEVE SER DESCLASSIFICADA em atendimento ao disposto no art. 6º, inciso XIII da Lei 12.232/2010. Ao contrário do que se espera a Subcomissão se omitiu deste grave fato na decisão.

A agência **A3CS** não apenas errou nas capas e contracapas dos seus cadernos e nos elementos semelhantes, mas ela também utilizou valores nas tabelas dos veículos errados.

Repare-se que na estratégia de mídia inseriu veiculações na rádio Jovem Pan, no programa "Os pingos nos IS", veiculado no período das 18h05 às 20h, com o valor unitário de R\$ 12.294,45, sendo o correto R\$ 12.909,00 por inserção.

Tabela apresentada pela Agência A3CS

ANÚNCIOS			
VEÍCULO	MEDIDA	INSERÇÃO	VALOR
MERCNEWS (REVISTA)	1 PÁGINA	1	R\$ 24.622,40
DIÁRIO DO GRANDE ABC	1 PÁGINA	1	R\$ 71.760,00
VALOR TOTAL			R\$ 96.382,40

SUPERBANNER			
VEÍCULO	TEMPO	QUANTIDADE	VALOR
DIÁRIO DO GRANDE ABC	Diária	30	R\$ 105,00
JORNAL ABC REPÓRTER	Diária	30	R\$ 250,00
ESTADÃO	CPM	350	R\$ 360,00
VALOR TOTAL			R\$ 136.650,00

INSERÇÃO NO RÁDIO			
VEÍCULO	TEMPO	QUANTIDADE	VALOR
A GUARDIÁ DA NOTÍCIA	30"	20	R\$ 1.300,00
RÁDIO CBN (JORNAL DA CBN, 6H ÀS 10H)	30"	12	R\$ 14.096,00
RÁDIO JOVEM PAN (OS PINGOS NOS IS, 18H05 - 20H)	30"	5	R\$ 12.294,45
VALOR TOTAL			R\$ 256.624,25

PEÇA	QUANTIDADE	VALOR
SPOT DE RÁDIO	1	R\$ 6.042,07
VALOR TOTAL		R\$ 6.042,07

TOTAL R\$ 499.698,32

Tabela de preço do veículo Rádio Jovem Pan vigente na data de publicação do aviso do edital 02/2023

TABELA VÁLIDA A PARTIR DE JANEIRO 2023

TABLETA RÁDIO NEWS AM 600 FM 102,7

PROGRAMA	EXIBIÇÃO	HORÁRIO	SINAL	ABRANGÊNCIA	TABELA 30"
Jornal da Manhã	Segunda - Sábado	06h-07h	AM+FM	Nacional	R\$ 24.568,00
Jornal da Manhã	Segunda - Sábado	07h-10h	AM+FM	São Paulo	R\$ 17.747,00
Jornal da Manhã	Domingo	08h-11h	AM+FM	São Paulo	R\$ 17.747,00
Jornal da Manhã 2ª Ed.	Segunda - Sexta	10h - 12h	Rede News	Nacional	R\$ 4.467,00
Bate Pronto	Segunda - Sexta	12h-14h	AM + Rede News	Nacional	R\$ 6.901,00
Bate Pronto	Segunda - Sexta	12h-14h	AM	São Paulo	R\$ 5.455,00
Fast News	Segunda - Sexta	14h-15h	AM	São Paulo	R\$ 5.455,00
Prós e Contras	Segunda - Sexta	15h-16h30	AM	São Paulo	R\$ 5.455,00
Opinião	Segunda - Sexta	16h30-17h	AM	São Paulo	R\$ 5.455,00
Três em Um	Segunda - Sexta	17h-18h	AM+FM	São Paulo	R\$ 12.909,00
Os Pingos nos Is	Segunda - Sexta	18h-20h	AM+FM	Nacional	R\$ 16.288,00
Os Pingos nos Is	Segunda - Sexta	18h-20h	AM+FM	São Paulo	R\$ 12.909,00
Jornal Jovem Pan	Segunda - Sexta	21h-22h	AM	São Paulo	R\$ 5.455,00
Top Of The Hour	Segunda - Sexta	22h-23h	AM	São Paulo	R\$ 5.455,00
Fast News 2ª Ed.	Segunda - Sexta	23h-01h	AM	São Paulo	R\$ 1.380,00
Hora H do Agro	Sábado	06h-07h	AM	São Paulo	R\$ 1.793,00
Drops	Sábado	11h20-11h30	AM	São Paulo	R\$ 1.380,00
Camisa 10	Sábado	11h30-12h	AM	São Paulo	R\$ 5.455,00
Camisa 10	Sábado	11h30-12h	AM + Rede News	Nacional	R\$ 6.901,00

Se inserido corretamente o investimento total na campanha o valor final ultrapassa em R\$ 3.072,75 o estabelecido no briefing, evidenciando mais um vício.

E os erros não páram por aí. Repare-se també quem no invólucro nº 3 a **A3CS** comete outro tão grave quanto os demais que, aliás, não pode ser classificado como erro formal, porque a apresentação dos relatos de soluções de problemas de comunicação aquela concorrente apresenta “2 cases” que, no entanto, **não estão referendados pelos respectivos anunciantes**, assim abrindo dúvidas sobre a autenticidade do sucesso dos resultados alcançados para cada cliente, além de não atender ao item 5.1.1.1.4 do edital.

Diante dos argumentos acima conclui-se que além de a **A3CS** identificar explicitamente sua proposta e estrapolar a verba indicada no briefing do edital, não atendeu a exigência elementares do instrumento convocatório em seu invólucro nº 3.

Por insanáveis e não se tratarem de erros meramente formais, **a pena de desclassificação deve ser aplicada.**

4- Invólucro 3 – incoerência das pontuações entre as licitantes

Causa suspeita a baixa pontuação dada pela Subcomissão à **OCTOPUS**, uma agência de publicidade com incontestável experiência em atendimento de contas públicas em todos os níveis da Administração que dedicou conhecimento para apresentar repertório de peças variadas como: vídeos veiculados nas redes sociais, vídeos veiculados em rede nacional, faixa de rua de cliente público, ou seja, materiais com qualidade na execução e acabamento, assim como ideia e clareza na exposição da informação.

A Subcomissão não se esforça para disfarçar a intenção de desprezar o material apresentado pela OCTOPUS, evidenciando um tratament o forçado, artificial e conduzido para atribuir a mais baixa pontuação.

O relatório é verdadeiro escárnio e só se presta para comprovar duas condições: os integrantes da Subcomissão estão avessos à agência ou não prestaram a mesma atenção dispendida para as demais concorrentes, a exemplo da conhecida vencedora reiterada de licitações em SCS: a CIN.

Tome-se como exemplo no relatório a duvidosa afirmação de que a avaliação da **OCTOPUS** exalta “*pouca variedade de peças*”, dando entender que seriam “*apenas filmes*”, quando, pela competência atribuída ao cargo de avaliadores técnicos, deveriam ser guiados pela independência intelectual, livres de pensamentos e justos em atitude para atribuir pontuação conforme prevê o item 11.7.2, ou seja, não é a VARIEDADE DE PEÇAS, mas, sim, condições como:

- a) A ideia criativa e sua pertinência
- b) A clareza da exposição
- c) A qualidade da execução e do acabamento

Uma prova da postura contraditória e pessoal é o fato de a agência **LINKING** apresentar números inferiores de peças em seu repertório e ter recebido pontuação maior de quem tem mais o que apresentar.

Não apenas por isso, a contradição e incoerência adotada pela Subcomissão continua em verdadeira cegueira deliberada ao avaliar dois relatos de soluções de problemas de comunicação completamente assertivos apresentados pela **OCTOPUS**: (i) um elaborado para a **Câmara de Vereadores de São Paulo**, destaque-se: a maior Câmara de Vereadores do Brasil e outro para o (ii) **Tribunal Superior Eleitoral – TSE**.

No relato para Câmara a **OCTOPUS** apresentou uma campanha que o resultado extrapolou o esperado, com vídeos para internet.

Já no segundo relato para o TSE, a campanha feita pela Octopus obteve resultados positivos levando a imagem do TSE no segundo mais caro da Tv Brasileira, no Jornal Nacional, sem utilizar nenhum valor da verba do TSE, ou seja, mídia espontânea.

Curiosamente a Octopus obteve a menor pontuação.

O empenho da OCTOPUS para a proposta replica uma metodologia mais do que eficiente para entes públicos que representaram complexidade infinitamente superior ao

trabalho a ser prestado nesta ocasião. Metodologia que nenhum dos concorrentes demonstrou sequer igualdade.

A subjetividade pode explicar divergências e interpretações até certo limite, mas o que se observa no relatório e conduta da Subcomissão justifica uma averiguação pela forma como a pontuação foi atribuída.

Mais parece uma brincadeira de mal gosto.

Por isso, ao reconsiderar que a pontuação deve ser atribuída de acordo com critérios definidos no edital (item 11.7.2) espera-se pela reforma da decisão, porque ainda há tempo para corrigir uma conduta repreensível e que certamente deverá ser reavaliada por agentes externos.

Não se trata de mero inconformismo com a pontuação recebida, mas de indignação pela certeza de que a OCTOPUS, com notável conhecimento de contas públicas em todos os níveis da Administração que a autorizam alcançar resultados insuperáveis para a Câmara de São Caetano, mas que está sendo tratada como amadora segundo justificativa incoerente e controversa conforme verificado na decisão.

5- CONCLUSÃO E DOS PEDIDOS

Pelo exposto, espera-se e requer-se o **recebimento e provimento do recurso** para:

1. **DIMINUIÇÃO NA PONTUAÇÃO DA AGÊNCIA CIN**, impedindo tratamento diferenciado de um concorrente em detrimento dos demais que atenderam o briefing por completo;
2. **DESCCLASSIFICAÇÃO DA AGÊNCIA CIN**, em razão da clara violação às regras editalícias, sobretudo aquela referente aos limites da verba referencial constante no briefing;

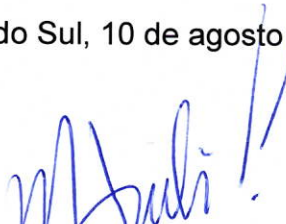


3. **DESCCLASSIFICAÇÃO DA AGÊNCIA LINKING**, em razão da clara violação às regras editalícias, sobretudo aquela referente aos limites da verba referencial constante no briefing;

4. **DESCCLASSIFICAÇÃO DA AGÊNCIA A3CS**, em razão da falta de assinaturas, violando às regras exigidas no edital e por se identificar.

Na hipótese de não acolhimento dos pedidos acima, exige-se **fundamentação expressa** acerca da motivação que mantiver a pontuação, uma vez que a conduta será objeto de formalização de reclamação aos órgãos externos de controle.

São Caetano do Sul, 10 de agosto de 2023



50.185.198/0001-01
OCTOPUS COMUNICAÇÃO LTDA

Av. Dom Pedro II, 2954
B. Campestre - CEP 09080-001
Santo André - SP

OCTOPUS COMUNICAÇÃO LTDA.

CNPJ: 50.185.198/0001-01

MICHEL HAIBI

Diretor de Atendimento

RG n° 25.486.464-8 e CPF n° 303.773.128-19

E-mail: michel.haibi@octopus.com.br

Telefones 11-3799-5299 e 11-99202-0436