

## A Prefeitura Municipal de Guaxupé/MG

Prezados Membros do Comitê Permanente de Licitações, venho através deste solicitar esclarecimentos sobre Processo nº 333/2021 – Tomada de Preços 016/2021.

Em face do resultado da análise das propostas técnicas divulgado em 28/03/2022, acreditamos que, da forma como foram apresentadas, as notas da Subcomissão Técnica não condizem com a lisura e transparência necessárias para um certame público, uma vez que as justificativas não são individuais, transmitindo assim uma sensação de “consenso” - em outras palavras, um “acordão” - além de muitos e graves indícios de favorecimento.

Observamos que, na *Planilha de Avaliação da Proposta Técnica – Via Não Identificada*, notas inferiores à pontuação máxima foram justificadas com ressalvas ou como tendo atendido “parcialmente aos requisitos”. Assim, não compreendemos os pontos descontados desta Licitante no quesito *Estratégia de Comunicação Publicitária*, sendo que a justificativa correspondente estabelece que o mesmo “atendeu aos requisitos, conforme proposto no edital/briefing”.

No quesito *Estratégia de Mídia e Não Mídia* da *Planilha de Avaliação da Proposta Técnica – Via Não Identificada* desta Licitante, pontos foram descontados com a justificativa de que “atendeu parcialmente” os requisitos, sem maiores explicações acerca desta conclusão e sem embasamento nos aspectos elencados no item 2.1 do Anexo H do Edital.

Na *Planilha de Avaliação da Proposta Técnica – Via Não Identificada*, a justificativa atribuída à nota do quesito *Ideia Criativa* menciona que, na campanha apresentada pela Licitante, o “conceito ficou restrito ao evento, com pouca exploração das atrações”. No que se refere a esta afirmação, declaramos que:

- a) Nos apegamos ao exposto no Briefing, a saber, que “A Prefeitura Municipal de Guaxupé tem ainda por objetivo trazer o maior número de pessoas para que possam não somente assistir aos shows, mas aquecer a economia local com movimento no comércio (bares, restaurantes, hotéis e postos de combustíveis)”, em transcrição com grifo nosso.
- b) O texto apresentado na Proposta Técnica, logo no primeiro parágrafo, explicita que: “... o desenvolvimento da campanha está baseado em apresentar, difundir e atrair segmentos de público-alvo, com foco nos diferentes atrativos oferecidos pelo Guaxupé Café Festival – ou seja, a ideia criativa para a comunicação é a pluralidade e o aspecto afetivo do turismo mineiro”.
- c) Dentro das exigências e limitações impostas pelo Edital, as peças apresentadas são exemplos de uma infinidade de peças que podem compor uma campanha. Por isso é mencionado também no texto da Proposta Técnica que o conceito da ideia criativa é deixar “margem para evolução e para um universo infinito de aplicações”. Ainda assim, tão claro é que não negligenciamos as atrações do evento, que nos exemplos apresentados há menção direta a estas nas peças de Rádio, TV, Folder Informativo e Anúncio Digital.
- d) Também é possível observar, tanto no texto quanto nos exemplos da Proposta Técnica, que a construção visual da campanha contempla e explora todos os tipos de atrações: café, música, arte, gastronomia, teatro, artesanato, etc.

Na *Planilha de Avaliação da Proposta Técnica – Via Não Identificada*, também na justificativa atribuída à nota do quesito *Ideia Criativa*, ressaltou-se que a alteração do logotipo “não atendeu ao proposto no briefing”. Sobre o assunto, ponderamos:

- a) O proposto no briefing foi, na íntegra, o seguinte: “O Guaxupé Café Festival possui marca própria que deverá ser modernizada, no entanto, sem perder suas características”. A estes requisitos atendemos de forma justificada no corpo da Proposta Técnica, que aqui

relembramos: adequamos a tipografia para favorecer a leitura em todo e qualquer tipo de aplicação; mantivemos o café em evidência de forma clara, porém mais minimalista; mantivemos a característica de “selo” da marca, adequando de um formato redondo para o quadrado; modernizamos os elementos que compunham o logo anterior na criação da unidade visual da marca.

- b) Sobre esta mesma solicitação, chegamos a manifestar algumas dúvidas em pedido de esclarecimento à Comissão Permanente de Licitações da Prefeitura Municipal, tal qual transcrito a seguir:

“a) qual material será necessário apresentar quanto a este processo?

b) qual será a forma de avaliação?

c) apenas aplicado aos layouts ou deve ser feito uma apresentação paralela?

d) com defesa, manual de identidade ou outros elementos criativos?

e) se for o caso, este novo aspecto do trabalho está dentro do limite de páginas estabelecido pelo edital?”

A estes questionamentos obtivemos a seguinte resposta: “Cabe ao licitante escolher a forma de apresentação, considerando os critérios definidos no item 1.3, Anexo H do Edital”. De forma que, atendendo aos critérios estabelecidos pelo item citado, para não ultrapassar o limite de peças da campanha, optamos por demonstrar a aplicação do logotipo na prática, nas peças da campanha. Além de não estabelecido, portanto, se as alterações impostas à marca poderiam ser “grandes” ou “pequenas”, as demonstrações apresentadas em peças, aliadas às explanações no texto da Proposta Técnica, são suficientes para uma leitura publicitária do que foi proposto.

- c) Ao passo que a questão do logotipo foi relevante a ponto de merecer destaque na justificativa, trazemos atenção então ao exposto no Anexo I – Procedimento para Julgamento das Propostas, item 2.1, onde se estabelecem os aspectos observados no julgamento de cada quesito. Dentre os aspectos elencados para o quesito *Ideia Criativa*, não há menção à modernização do logotipo. Julgamos necessário, portanto, compreender o peso atribuído a esta consideração nas notas estabelecidas por cada membro da Subcomissão Técnica.

Enfim, observando ainda na *Planilha de Avaliação da Proposta Técnica – Via Não Identificada* uma discrepância de quase 50% nas notas dos membros da Subcomissão Técnica para o quesito *Ideia Criativa*, e com base no item 12.7 do Edital, o qual declara que a Subcomissão encaminha à Comissão Permanente de Licitação “as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso” (transcrição do Edital com grifo nosso), consideramos necessária a divulgação de tais justificativas, para compreender se houve uma avaliação publicitária adequada e dentro dos princípios da isonomia, não apenas neste, mas nos demais quesitos avaliados.

Na *Planilha de Avaliação da Proposta Técnica – Via Identificada* correspondente a esta Licitante, afirma-se que a nota atribuída ao quesito *Capacidade de Atendimento* teve como base o item 2.1 do edital – correspondendo o mesmo ao tópico *Informações Básicas*, presumimos tratar-se na verdade do item 2.1 do *Anexo I – Procedimento para Julgamento das Propostas*. O mesmo, no entanto, não aborda a sistemática “estrutura operacional versus quantidade de clientes e número de atendimentos disponíveis”, na qual se embasou a justificativa da nota – fazendo alusão ainda ao item 2.3 do edital, que assumimos tratar-se do item 2.3 do *Anexo I – Procedimento para Julgamento das Propostas*. Em tempo, compreendemos por “capacidade de atendimento” o mesmo que foi definido no edital, a saber, a capacidade de “suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida”, não havendo nada que desabone a Licitante neste sentido.

---

Na *Planilha de Avaliação da Proposta Técnica – Via Identificada* correspondente a esta Licitante, afirma-se que a nota atribuída ao quesito *Investimento em Estrutura de Atendimento* teve como base o item 2.2 do edital – correspondendo o mesmo ao tópico *Informações Básicas*, presumimos tratar-se na verdade do item 2.1 do *Anexo I – Procedimento para Julgamento das Propostas*. Houve ainda alusão ao item 2.3 do edital, que assumimos tratar-se do item 2.3 do *Anexo I – Procedimento para Julgamento das Propostas*. Neste caso, o mesmo expõe que a avaliação de caráter comparativo necessita “justificativa expressa que aponte as diferenças existentes entre elas”, requisito que a justificativa apresentada claramente não cumpre.

Na *Planilha de Avaliação da Proposta Técnica – Via Identificada* correspondente a esta Licitante, afirma-se que a nota atribuída ao quesito *Portfólio* teve como base o item 2.2 do edital – correspondendo o mesmo ao tópico *Informações Básicas*, presumimos tratar-se na verdade do item 2.1 do *Anexo I – Procedimento para Julgamento das Propostas*. Houve ainda alusão ao item 2.3 do edital, que assumimos tratar-se do item 2.3 do *Anexo I – Procedimento para Julgamento das Propostas*. Neste caso, o mesmo expõe que a avaliação de caráter comparativo necessita “justificativa expressa que aponte as diferenças existentes entre elas”, requisito que a justificativa apresentada claramente não cumpre.

Na *Planilha de Avaliação da Proposta Técnica – Via Identificada* correspondente a esta Licitante, afirma-se que a nota atribuída ao quesito *Cases* teve como base o item 2.2 do edital – correspondendo o mesmo ao tópico *Informações Básicas*, presumimos tratar-se na verdade do item 2.1 do *Anexo I – Procedimento para Julgamento das Propostas*. Houve ainda alusão ao item 2.3 do edital, que assumimos tratar-se do item 2.3 do *Anexo I – Procedimento para Julgamento das Propostas*. Neste caso, o mesmo expõe que a avaliação de caráter comparativo necessita “justificativa expressa que aponte as diferenças existentes entre elas”, requisito que a justificativa apresentada claramente não cumpre.

Pelo disposto acima no que diz respeito à *Planilha de Avaliação da Proposta Técnica – Via Identificada*, observando ainda que claramente a “proposta modelo” admitida como base para comparações foi da Licitante *Visualize Assessoria de Comunicação*, sendo que as duas únicas licitantes classificadas apresentam condições equivalentes de atendimento, não podemos deixar de notar indicações de favorecimento que extrapolam a Proposta Técnica apresentada para este Edital.

Analisando as notas atribuídas à outra Licitante classificada, ponderamos ainda:

Tendo conhecimento, a partir da resposta ao pedido de esclarecimento divulgada pela Comissão Permanente de Licitações da Prefeitura Municipal de Guaxupé em 7 de fevereiro de 2022, de que a apresentação do logotipo deveria atender aos critérios definidos no item 1.3 do Anexo H do Edital, não podemos deixar de observar que o referido parágrafo declara que “fica estabelecido o limite de três peças por meio” na apresentação de exemplos, ao passo que a licitante *Visualize Assessoria de Comunicação* apresenta quatro exemplos na lâmina de apresentação do logotipo.

Aproveitamos o exposto acima para questionar o entendimento, por parte dos membros da Subcomissão Técnica, do termo “meio” utilizado no item 1.3 do anexo H do Edital – uma vez que nos baseamos em painéis utilizados pelo Cenp (Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário), onde não há distinção de categoria, por exemplo, de um hot site para anúncios digitais, o que faria com que a licitante *Visualize Assessoria de Comunicação* tenha extrapolado o limite de três peças por meio, estabelecido pelo edital.

---

Analisando aos critérios de Capacidade de Atendimento onde a licitante *Visualize Assessoria de Comunicação* atendeu “plenamente” a todos os requisitos segundo análise da Subcomissão Técnica, gostaríamos de entender se para esta distinta classificação foram levados em consideração: a) o fato de listarem meios gratuitos e básicos como aparelhagem e parte dos processos da agência (ex.: Skype, Whatsapp, e-mail, telefone); b) a declaração de existência de parceiros em outras cidades, sem nenhuma menção a nomes ou áreas de atuação destes supostos parceiros; c) a óbvia constatação da “possibilidade de contratação de novos profissionais” se necessário; d) pautar como diferenciais funções que já competem à agência contratada (ex.: se dispor à realização de reuniões, acompanhamento de eventos, fotografias, busca de dados e informações).

Sobre a afirmação de que os cases apresentados pela outra licitante apresentou “maior complexidade”, gostaríamos também de compreender os aspectos analisados, uma vez que, nos procedimentos apresentados para julgamento das propostas no anexo I do edital, não há menção à “complexidade”, mas a aspectos que foram apresentados por ambas as licitantes. Dando especial atenção ao item “c) a consistência dos resultados apresentados pela campanhas”, esta licitante apresentou case que gerou enorme resultado financeiro e revolucionou um dos maiores eventos de moda em plena pandemia e outro que gerou lucro nunca antes obtido por um negócio local, também em meio à crise decorrente das restrições impostas pela pandemia.

Devemos supor, então, que os cases apresentados pela concorrente são superiores por se tratar de campanhas feitas para um órgão público (os dois cases do mesmo cliente, aliás)? Se for este um critério decisivo, teremos em breve não mais do que uma espécie de cartel, restringindo a concorrência em processos de contratação, em favorecimento aos mesmos participantes que já tem ou tiveram a administração pública na carta de clientes.

Considerando que o principal objetivo da análise técnica das propostas é avaliar a capacidade das Licitantes em atender de forma satisfatória a conta publicitária em questão, o viés de avaliação deve ser majoritariamente publicitário, por isso, e por todo o exposto acima, reiteramos nossa solicitação junto a esta Comissão:

- I) Com base nos itens 2.3 do *Anexo I – Procedimento para Julgamento das Propostas* e 12.7 do Edital, **pedimos** que sejam divulgadas as pontuações e justificativas que fundamentaram as notas de cada membro da Subcomissão Técnica, pautada em cada subitem e critérios técnicos, conforme elencado no item 2.1 do *Anexo I – Procedimento para Julgamento das Propostas*.
- II) Em conformidade com o exposto no Anexo I – Procedimento para Julgamento das Propostas, item 2.1, **solicitamos** que sejam esclarecidos o peso atribuído e os aspectos observados na avaliação da modernização do logotipo.
- III) **Pedimos** esclarecimento quanto ao critério de avaliação imposto à modernização do logotipo da Licitante *Visualize Assessoria de Comunicação*, por não observar os critérios definidos no item 1.3 do Anexo H do Edital.
- IV) **Pedimos** por gentileza aos membros da Subcomissão Técnica, que compartilhem seu entendimento do termo “meio”, conforme utilizado no item 1.3 do anexo H do Edital.

Guaxupé, 31 de março de 2022.



**THE T PROPAGANDA**

Razão social: Borges Buled Propaganda e Publicidade Ltda - ME