



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA CONCORRÊNCIA 001/2016

INTERESSADO(S): LINK/BAGG COMUNICAÇÃO E PROPAGANDA (CNPJ: 34.358.432/0001-90)
RADIOLA PROPAGANDA E PUBLICIDADE (CNPJ: 04.958.758/0001-98)

A Presidente da Comissão de Licitação do Conselho Federal de Medicina, no exercício das suas atribuições regimentais designadas pela Portaria CFM nº 59/2016, e por força da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, apresenta, para os fins administrativos a que se destinam suas considerações e decisões acerca de recurso interposto pela empresa RADIOLA PROPAGANDA E PUBLICIDADE (CNPJ: 04.958.758/0001-98), em relação **A PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA AO QUESITO CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (INVÓLUCRO 3)**.

1) DA ACEITABILIDADE DO REGISTRO DE MANIFESTAÇÃO DE INTENÇÃO DE RECURSO E DO PRAZO

Haja vista que as manifestações de intenções de recurso dos licitantes preencheram os requisitos mínimos para suas aceitações, conforme art. 110, da Lei nº 8.666/1993, as mesmas foram aceitas nas alegações propostas pela empresa, tendo em vista promover a transparência dos atos da **CONCORRÊNCIA 001/2016**, sendo que os autos do processo ficaram com vistas franqueadas conforme previsto em Edital.

2) DO REGISTRO DAS RAZÕES DE RECURSO

De acordo com a Lei nº 8.666/1993, em seu artigo nº 109, após intimação do ato, o prazo para apresentação das razões do recurso é de 5 (cinco) dias.

A recorrente RADIOLA PROPAGANDA E PUBLICIDADE (CNPJ: 04.958.758/0001-98), encaminhou suas razões de recurso dentro do prazo estabelecido (20/12/2016), portanto, merecendo ter seu mérito analisado, visto que respeitou os prazos estabelecidos nas normas sobre o assunto. Em síntese a recorrente, alega que discorda com o padrão como foi julgado os itens de capacidade de atendimento.

3) DAS CONTRA-RAZÕES

Ainda de acordo com art. 109, da Lei nº 8.666/1993, após manifestação de recurso, o prazo para apresentação das contra-razões do recurso é de 5 (cinco) dias.

A recorrente LINK/BAGG COMUNICAÇÃO E PROPAGANDA (CNPJ: 34.358.432/0001-90), encaminhou suas razões de recurso dentro do prazo estabelecido (03/01/2016), logo após o recesso deste Conselho Federal de Medicina, que permaneceu fechado do dia 25/12/2016 a 01/01/2017, portanto, merecendo ter seu mérito analisado, visto que respeitou os prazos estabelecidos nas normas sobre o assunto. Em síntese a empresa LINK/BAGG COMUNICAÇÃO E PROPAGANDA (CNPJ: 34.358.432/0001-90) alega que a empresa recorrente tem a intenção de assumir o papel de julgador, direcionando o julgamento das propostas segundo seus interesses.

4) DA ANÁLISE DAS RAZÕES DO RECURSO E SUAS CONTRA-RAZÕES



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

Primeiramente destaco a **importância do procedimento recursal** ora exposto, pois, a luz dos princípios constitucionais e licitatórios, é através do recurso que as empresas têm a possibilidade de sinalizar possíveis erros e equívocos existentes em um processo licitatório.

Como é sabido, a fase recursal do procedimento licitatório tem como fundamento legal o art. 5º, incisos XXXIV e LV, da Constituição Federal, garantindo a todos, o direito de petição aos Poderes Públicos em defesa de direitos ou contra ilegalidade ou abuso de poder e assegurando a todos os litigantes, em processo judicial ou administrativo, o contraditório e a ampla defesa, com os meios e recursos a ela inerentes.

Ao analisar as indagações das empresas recorrentes, observamos que os pontos manifestos para recurso estão intimamente relacionados ao julgamento das propostas técnicas. Desta forma, houve a necessidade de encaminhamento para que tais questionamentos fossem pontualmente analisados pela subcomissão técnica, conforme análise que se segue:

A Subcomissão Técnica da Concorrência CFM nº 001/2016 avaliou o recurso administrativo interposto pela empresa Radiola Propaganda e Publicidade Ltda-ME, que tem por objetivo impugnar critérios técnicos de avaliação desta Subcomissão Técnica e que pleiteia novas notas máximas nos atributos E2, E3, E4, E5, F1, G1, G2 e G3. Também avaliou as contrarrazões apresentadas pela empresa Link/Bagg Comunicação e Propaganda Ltda, a qual aponta para falhas formais verificadas no recurso administrativo e pleiteia o não provimento do mesmo.

De uma análise detalhada das razões recursais, cabe registrar que a empresa recorrente não atingiu a pontuação máxima nos atributos supracitados por não atender em sua totalidade aos requisitos estabelecidos no Edital. No que diz respeito à experiência dos profissionais (E2), por exemplo, os profissionais que trabalham com criação e atendimento têm em média 10,4 anos de experiência, sendo que o mais experiente tem aproximadamente 15 anos em atividade publicitária. Neste mesmo atributo, os profissionais da licitante vencedora da fase técnica apresentaram média de 17,9 anos de experiência, sendo que alguns têm mais de 25 anos de atividade publicitária.

Sobre a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à comunicação publicitária do CFM (E3), a recorrente alega possuir 20 profissionais em sua sede em Brasília/DF, estando incluída nesta lista a recepcionista, e que a Link/Bagg apresenta uma média de 14 profissionais em cada uma das suas três sedes. Conforme prevê o Edital, este atributo leva em consideração a qualificação e quantificação “dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato” (11,6.b) e, embora a contratada tenha de centralizar o comando da publicidade do CFM no Distrito Federal, “se necessário, a contratada poderá eventualmente utilizar seus estabelecimentos em outros estados para executar parte dos serviços objeto do contrato, desde que garantidas as condições previamente acordadas” (24.13). Neste sentido, embora seja possível considerar que a Radiola tenha mais profissionais trabalhando na capital federal, na área de Criação, por exemplo, a recorrente oferece metade da força de trabalho (seis profissionais) que estará à disposição do CFM quando comparada à licitante vencedora da fase técnica (12 profissionais).

Sobre a adequação das instalações da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (E4), destacamos que a diferença entre a pontuação da recorrente e a primeira colocada foi de apenas 0,2 pontos, diferentemente do 1,8 trazido na peça recursal. A pequena fração na disputa se justifica uma vez que, na proposta apresentada, a Radiola informou que o escritório em Brasília possui 170m² e que seus colaboradores “utilizam diariamente iPads e computadores de última geração, quase todos produzidos pela Apple”, sem, quantificar ou qualificar estes aparelhos. Informou, ainda, que



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

a agência trabalhava com o sistema de gestão Siga. A empresa vencedora da fase técnica, por outro lado, apresentou em riqueza de detalhes as especificações e a quantidade dos recursos materiais que utiliza. Somente em sua filial de Brasília/DF, onde o escritório funciona em um espaço de 300m², existem 1 servidor, 26 computadores, 7 macintosh, 3 seagates, 3 impressoras e 1 central telefônica. Não reconhecer a robustez dessa infraestrutura e não diferencia-la das demais conferiria, conforme pertinentemente lembrou a Link/Bagg em suas contrarrazões, desrespeito ao princípio da isonomia.

Em relação à operacionalidade do relacionamento entre o CFM e a licitante esquematizado na proposta (E5), conforme admite a própria recorrente, os prazos para a entrega dos trabalhos são “mais dilatados”. O maior prazo apresentado pela licitante vencedora da fase técnica foi de dez dias corridos para a criação de campanhas que envolvam planejamento e mídia. Já a recorrente propõe o intervalo de cinco a dez dias úteis apenas para a primeira fase de uma campanha, o planejamento. Além disso, a recorrente não apresenta parâmetros concretos para o atendimento, como a consulta mínima a três fornecedores.

Quanto à insurgência acerca das notas atribuídas à recorrente nos quesitos Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, esta Subcomissão entende que, ao criticar as notas conferidas a recorrente critica a própria razão de ser da Concorrência. Vale ressaltar que trata-se aqui de um certame em que a Subcomissão Técnica é competente para analisar e julgar as propostas, e quando a recorrente apenas pugna pela revisão de sua nota, sem apresentação de fundamento técnico ou legal que possa modificá-la, como no presente caso, não resta alternativa a esta Subcomissão a não ser ratificar o julgamento. A própria lei se encarrega ao máximo de retirar a subjetividade que possa existir nesses critérios de julgamento, motivo pelo qual esta Subcomissão utilizou cálculo matemático no processo de julgamento para aferir notas às propostas técnicas. Não se pode, porém, retirar totalmente dos julgadores um mínimo de discricionariedade e subjetividade nas avaliações das propostas técnicas, sendo vedado à recorrente adentrar no mérito administrativo desta Subcomissão, como pretende em sua interpelação. Se não concordava com os conceitos para delimitação dos critérios de avaliação, deveria, conforme lhe faculta a Lei, ter impugnado o Edital, o que não o fez.

Diante do exposto, o recurso administrativo apresentado não merece provimento, uma vez que a decisão emanada dos julgadores que integram a Subcomissão Técnica do certame guarda harmonia com o Edital de Licitação da Concorrência CFM nº 001/2016. Por oportuno, também julga improcedente o pedido da empresa Link/Bagg para que seja revista “para baixo” a pontuação da recorrente. Assim, esta Subcomissão Técnica, constituída sob regras transparentes, cumpriu fielmente o que dispõe as regras do certame

5) CONCLUSÃO

Por todo o exposto, à luz dos fundamentos e documentação trazidos à baila, com as devidas observações e o apoio na legislação, a Comissão Permanente de Licitação do CFM conhece do recurso apresentado e julga **IMPROCEDENTE O RECURSO**, impetrado pela empresa **RADIOLA PROPAGANDA E PUBLICIDADE** (CNPJ: 04.958.758/0001-98).

Noelyza Peixoto Brasil Vieira
Presidente e Pregoeira
COLIC – Comissão de Licitação do CFM