

**PARECER JUC/CLN Nº 132/2024****INTERESSADO: GCP**

**ASSUNTO: RECURSO APRESENTADO POR BABEL PUBLICIDADE LTDA. NA LICITAÇÃO Nº 10017928 – RETIFICAÇÃO - CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIAS PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA A COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO – METRÔ.**

**EMENTA: RECURSO. FORMALISMO. AUSÊNCIA DE CONFLITO DE INTERESSES. NÃO COMPROVAÇÃO DE GRUPO ECONÔMICO. PELO NÃO PROVIMENTO.**

Solicita a Gerência de Contratações e Compras – GCP, a emissão de parecer acerca do recurso apresentado pela licitante acima referenciada.

Trata-se de licitação para contratação de serviços de publicidade segundo a legislação de regência.

Após a realização da sessão pública, houve o julgamento das propostas.

Foi publicada, no sítio eletrônico da Companhia do Metrô, em 14 de dezembro de 2023, a seguinte classificação das propostas:

*A Comissão Julgadora da Licitação, com base no teor das atas apresentadas pela Subcomissão Técnica e da ata da sessão pública realizada no dia 06/12/2023, decidiu: 1-) DESCLASSIFICAR as propostas apresentadas pelas empresas Arpejo Publicidade Ltda e Berg Toledo Comunicação Ltda e; 2-) CLASSIFICAR as demais propostas técnicas como segue:*

NOTA FINAL: INVÓLUCRO 1 + INVÓLUCRO 3				
CLASSIFICAÇÃO	LICITANTE	INVÓLUCRO 1	INVÓLUCRO 3	TOTAL
1º	JOTACOM COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA.	66,66	23,09	89,75
2º	ADAG COMUNICAÇÃO EIRELI	62,66	25,17	87,83
3º	MENE E PORTELA PUBLICIDADE LTDA.	65,33	22,43	87,76
4º	BABEL PUBLICIDADE LTDA.	62,00	25,17	87,17
5º	ÁREA COMUNICAÇÃO PROPAGANDA E MARKETING LTDA.	62,66	23,16	85,82
6º	GREENZ DO BRASIL PUBLICIDADE LTDA.	63,66	20,65	84,31
7º	G.PAC COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.	61,33	22,67	84,00
8º	COMPANHIA DE COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA. - CC&P	58,33	25,50	83,83
9º	VIVAS COMUNICAÇÃO LTDA.	61,66	21,15	82,81
10º	LUA PROPAGANDA LTDA.	56,66	25,50	82,16
11º	FIELDS COMUNICAÇÃO LTDA.	58,33	23,55	81,88
12º	AGÊNCIA NACIONAL DE PROPAGANDA LTDA.	58,66	23,07	81,73
13º	MWORKS COMUNICAÇÃO LTDA.	56,66	24,17	80,83
14º	OCTOPUS COMUNICAÇÃO LTDA.	59,33	21,45	80,78
15º	ARTPLAN COMUNICAÇÃO S.A.	55,00	24,96	79,96
16º	PROPEG COMUNICAÇÃO S.A.	55,33	24,41	79,74
17º	CALIA Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA.	55,66	22,57	78,23
18º	DEBRITO COMUNICAÇÃO LTDA.	54,00	22,74	76,74
19º	AGÊNCIA BRICK PUBLICIDADE LTDA.	53,33	22,37	75,70
20º	CALIX COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA.	51,33	23,50	74,83
21º	BAILA CREATIVE.CO LTDA.	48,00	23,67	71,67
22º	NOVA SB COMUNICAÇÃO LTDA.	47,00	24,33	71,33
23º	AGÊNCIA DIGITAL MOUSTACHE LTDA.	49,66	21,33	70,99
24º	MOMA PROPAGANDA LTDA.	49,33	19,16	68,49

Após, em 22 de dezembro de 2023, foi publicado o seguinte aviso no sítio eletrônico da Companhia do Metrô:

*LICITAÇÃO Nº 10017928 - CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIAS PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA A COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO METRÔ.*

*A COMPANHIA DO METROPOLITANO DE SÃO PAULO - METRÔ informa que fica aberto o prazo de mais 5 (cinco) dias úteis, contados desta publicação, para eventual interposição de recursos.*

*A data de abertura dos envelopes das propostas de política de preços será publicada no D.O.E. após transcorrido o prazo para recurso desta fase de julgamento.*

*Ficam mantidas as demais disposições publicadas no aviso publicado no DOE do dia 14/12.*

Foi então interposto recurso por BABEL PUBLICIDADE LTDA., alegando, em síntese:

-Que a licitante JOTACOM deve ser desclassificada por erro de formatação em seu Plano de Comunicação Publicitária;

-Que as empresas JOTACOM e MENE & PORTELLA integrariam um mesmo grupo econômico, o que prejudicaria o julgamento objetivo e a moralidade do certame;

- Que a proposta da empresa ADAG teria descumprido o briefing, por extrapolar o limite de R\$ 5 milhões de reais;

-Que a Julgadora Sra. Fabiola D. Bemfeito, enquanto Gerente de Comunicação e Marketing da Companhia teria fornecido declaração à empresa ADAG para participação no certame, o que poderia ser considerado conflito de interesses;

-Que a empresa ADAG também teria descumprido a formatação exigida no edital para a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária;

-Quanto à empresa MENE & PORTELLA, alega que também houve erro de formatação no Plano de Comunicação Publicitária e da Proposta Técnica, e requer a desclassificação da proposta.

A empresa MENE & PORTELLA PUBLICIDADE LTDA apresentou contrarrazões alegando, em síntese:

-A não existência de grupo econômico entre as licitantes JOTACOM e MENE & PORTELLA, apresentando inclusive sua estrutura societária para comprovar o fato;

-Que não ocorreram em sua proposta as irregularidades apontadas pela recorrente;

A empresa JOTACOM COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA. também ofertou suas contrarrazões alegando, em síntese:

-Que não infringiu as regras de formatação em sua proposta, enquanto a recorrente teria cometido, esta sim, erros em sua formatação;

-Que desclassificar a proposta seria formalismo exagerado por parte da Comissão;

-Que não tem qualquer vínculo societário com a empresa MENE & PORTELLA que configure vínculo societário.

A licitante ADAG COMUNICAÇÃO EIRELI também apresentou suas contrarrazões alegando:

-Quanto à verba estimada para o exercício criativo, que não procedem as alegações da recorrente;

-Quanto à assinatura da Julgadora Fabiola, que sua assinatura no Relato de Soluções de Problemas de Comunicação não apresenta qualquer irregularidade, já que ela apenas está cumprindo sua função como colaboradora do cliente que deveria referendar o relato.

-Que não há qualquer problema de identificação na formatação de seu Plano de Comunicação Publicitária.

É o breve relatório.

**Passa-se a opinar.**

## **1. Do conhecimento do recurso.**

O recurso foi apresentado nos termos do item 13.4 do edital<sup>1</sup>.

Como relatado acima, a decisão de classificação foi publicada em 14 de dezembro de 2023. Após, em 22 de dezembro de 2023, foi aberto o prazo de mais 5 (cinco) dias úteis para a interposição.

O recurso foi interposto em 21 de dezembro, dentro portanto, do prazo estabelecido.

Assim, o recurso deve ser conhecido, por cumprir os requisitos mínimos previstos em edital.

## **2. Das razões recursais.**

O recurso trata, como relatado acima, das notas atribuídas a diversos licitantes, bem como pede a desclassificação de suas propostas.

Acerca das análises, tratando-se de matéria eminentemente técnica, foram prestados subsídios pela área gestora da contratação, anexos a este parecer, esmiuçando as alegações recursais.

Transcrevem-se abaixo referidos subsídios:

### **1. INTRODUÇÃO**

*O presente relatório visa a análise da fase recursal da Licitação nº 10017928 – Prestação de Serviços de Publicidade para a Companhia do Metropolitano de São Paulo – Metrô, conforme item 13.4 – Recursos do Edital.*

*Após a realização da Segunda Sessão Pública, em 07 de dezembro de 2023, com a classificação das propostas técnicas, foi aberto prazo para interposição de recursos. Foram apresentados 2 (dois) recursos, contra a classificação das*

---

<sup>1</sup> 13.4. Recursos. Os atos praticados pela Comissão Julgadora da Licitação nas diversas fases do presente certame poderão ser impugnados pelos licitantes mediante a interposição de recurso no prazo de cinco dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, conforme o caso.

13.4.1. Os recursos devem ser protocolados na sede da Unidade Contratante, no endereço indicado no preâmbulo deste Edital.

13.4.2. Não serão conhecidos os recursos intempestivos ou que estiverem desacompanhados das respectivas razões de fato e de direito.

13.4.3. A interposição do recurso será comunicada aos demais licitantes, os quais poderão apresentar contrarrazões no prazo de cinco dias úteis.

propostas, pelas agências **BABEL PUBLICIDADE LTDA** e **GPAC COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA**.

Em 08 de janeiro de 2024 foi aberto prazo de 5 (cinco) dias úteis para as contrarrazões. Então, foram apresentadas 5 (cinco) contrarrazões, pelas agências **BABEL PUBLICIDADE LTDA**, **ÁREA COMUNICAÇÃO PROPAGANDA E MARKETING LTDA**, **ADAG COMUNICAÇÃO EIRELI**, **JOTACOM COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA** e **MENE & PORTELLA PUBLICIDADE LTDA**.

## **2. DA ANÁLISE RECURSAL**

### **2.1. BABEL PUBLICIDADE LTDA**

Após detida e acurada análise das razões de recurso apresentadas pela recorrente **BABEL PUBLICIDADE LTDA** (4ª colocada no certame), entendemos que o recurso interposto não comporta acolhida.

Nesse sentido, não lhe socorre razão ao argumentar que a agência **JOTACOM COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA** teria deixado de cumprir as regras de formatação previstas no Edital ao utilizar **negrito** em algumas tabelas da “Estratégia de Mídia e Não Mídia” o que, no seu entendimento, atrairia a necessária desclassificação da proponente por possível identificação da proposta antes da abertura do Invólucro nº 2.

Conforme asseverou a agência recorrida em sede de contrarrazões, de fato, consta do Edital do certame no item 5.2.3, a permissão para a utilização de tons de cinza, fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados pelos veículos nas tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto “Estratégia de Mídia e Não Mídia”. Da leitura do Plano de Comunicação Publicitária da agência **JOTACOM** é possível verificar que são improcedentes as alegações nesse aspecto, pois os destaques estão todos circunscritos às hipóteses autorizadas pelo instrumento convocatório. Senão vejamos:

“5.2.3. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto “Estratégia de Mídia e Não Mídia” **poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e ser editados com a utilização de tons de cinza.** Neste subquesto, as páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.”

Assim, como as tabelas utilizadas pela agência **JOTACOM** seguem o padrão habitualmente utilizado nesses documentos o julgamento proferido, nesse aspecto, não merece reparo.

Do mesmo modo, não se sustenta a alegação de que as agências **JOTACOM** e **MENE & PORTELLA PUBLICIDADE LTDA** integram o mesmo grupo econômico. Ressalte-se inicialmente a inexistência de vedação legal à participação de empresas pertencentes a um mesmo grupo econômico em procedimento licitatório regulado pela Lei 13.303/2016.

Dessa forma, em razão do princípio da legalidade a que se acha adstrita a Administração, inadmissível a desclassificação de empresas participantes de licitação sob o singelo argumento de que fazem parte de um mesmo grupo econômico, sem qualquer comprovação de violação aos princípios norteadores dos certames licitatórios.

No mais, a Lei das S.A. disciplina os institutos do controle e da coligação. O art. 243, §1º, da Lei 6.404/1976 estabelece que “São coligadas as sociedades nas quais a investidora tenha influência significativa”. Em virtude da regra do art. 247 do

mesmo diploma, reputa-se que a coligação se verifica quando **o investimento representar pelo menos dez por cento do valor do patrimônio líquido da companhia** ou, no somatório das diversas companhias, atingir a quinze por cento do patrimônio líquido.

O §2º do mesmo art. 243 fixa que “Considera-se controlada a sociedade na qual a controladora, diretamente ou através de outras controladas, é titular de direitos de sócio que lhe assegurem, de modo permanente, **preponderância nas deliberações sociais** e o poder de eleger a maioria dos administradores.

O Código Civil dispõe sobre os mesmos temas, com regras redigidas de modo mais simples. O Art. 1.098 prevê o seguinte:

“É controlada:

I - A sociedade de cujo capital outra sociedade possua a maioria dos votos nas deliberações dos quotistas ou da assembleia geral e o poder de eleger a maioria dos administradores;

II - A sociedade cujo controle, referido no inciso antecedente, esteja em poder de outra, mediante ações ou quotas possuídas por sociedades ou sociedades por esta já controladas.”

E o art. 1.099 fixa que:

“Diz-se coligada ou filiada a sociedade de cujo capital outra sociedade participa com dez por cento ou mais, do capital da outra, sem controlá-la.

Como se vê os critérios são bastante objetivos, há de existir, de fato influência de uma empresa sobre a outra por intermédio de controle e poder de deliberação (em relação de subordinação) ou ao menos a participação com dez por cento ou mais do capital.

Da Leitura do Contrato Social da **JOTACOM** é possível verificar que dela não participa de nenhuma das duas formas a empresa **MENE & PORTELLA**, o mesmo se diga em relação ao Contrato Social da agência **MENE & PORTELLA**, dela a **JOTACOM** não participa como controladora, tampouco como coligada.

Sobre o fato de a **FSB PARTICIPAÇÕES PRIV. LTDA** fazer parte do quadro societário da empresa **JOTACOM** e por ter aquela um relacionamento comercial com a empresa **MENE & PORTELLA** em atuação perante a empresa **4EQUITY MEDIA VENTURES**, caso verdadeira a afirmação, o que não se pode inferir da documentação apresentada, não se vislumbra a conexão disciplinada pelas legislações supracitadas, de tal sorte que, diante de uma hipótese de restrição de direitos, as normas devem ser interpretadas de forma taxativa.

Como cediço, não é lícito à Administração dar interpretação ampliativa a normas legais restritivas de direitos dos administrados. A Constituição Federal apenas permite exigências indispensáveis à garantia de cumprimento das obrigações (art. 37, XXI) e a legislação específica nada trata acerca de empresas de um mesmo grupo econômico. Ademais, há proteção constitucional ao direito de propriedade, de livre associação, de livre concorrência e de liberdade de exercício de atividade econômica.

Aliás, remonta ao Código Civil de 1916 o conceito de que “as pessoas jurídicas têm existência distinta da dos seus membros” (art. 20), pelo que a empresa não se confunde com seus donos. Nesse sentido, na hipótese de serem as empresas de um mesmo grupo econômico, possuindo eventualmente alguns sócios em comum, não as torna a mesma pessoa jurídica.

Prosseguindo na análise, a recorrente **BABEL** apontou que a Agência **ADAG COMUNICAÇÃO EIRELI** elaborou três planos de mídia, um de curto prazo, um

*de médio prazo e um de curto, médio e longo prazo, requerendo a desclassificação da proponente que teria se valido de R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais) para cada uma das alternativas, descumprindo o comando previsto no Edital nesse aspecto, que foi esclarecido por intermédio da Ata de Esclarecimento 09/2023.*

*Vale destacar o excelente trabalho realizado pela subcomissão técnica ao avaliar os Planos de Comunicação Publicitária apresentados pelas proponentes neste certame licitatório. Todas as notas conferidas por cada um dos julgadores às “Estratégias de Mídia e Não mídia” dos interessados foram tecnicamente justificadas e sustentadas nos critérios previstos no instrumento convocatório.*

*Em que pese a necessidade de todos os proponentes atenderem a todas as determinações previstas no instrumento convocatório, por força do princípio da vinculação ao instrumento convocatório, que é sabido, faz Lei entre as partes e permite a realização de uma avaliação objetiva por parte dos técnicos da subcomissão, não se pode negar que a forma como o exercício foi solicitado no briefing causou dúvidas de interpretação. Foram divulgados diversos esclarecimentos a esse respeito, como se pode colher das 16 (dezesesseis) Atas de esclarecimento divulgadas.*

*Contudo, o que o exercício pretendia era conhecer dentre todos os proponentes, aqueles cuja competência e criatividade se destacavam da maioria das propostas, para tanto foram especificados os seguintes critérios de julgamento para a Estratégia de Mídia e Não Mídia:*

- a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico;*
- b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;*
- c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.*

*Como se pode observar os critérios não estão diretamente relacionados com a eventual falha na interpretação das disposições previstas no Edital.*

*As “Estratégias de Mídia e Não Mídia” apresentadas por todos os licitantes foram analisadas sob a ótica desses critérios, de tal sorte que apenas a agência **BERG TOLEDO COMUNICAÇÃO LTDA** foi desclassificada haja vista ter apresentado estratégia apenas para curto prazo deixando de considerar todo o período solicitado no Briefing, o que a tornou diferente das demais estratégias impossibilitando o julgamento objetivo, todas as demais proponentes, da forma como entenderam o exercício, deram integral cumprimento àquilo que fora requisitado, tendo possibilitado a avaliação por todos os julgadores de forma isonômica e em razão disso o julgamento proferido não merece reparos.*

*A agência recorrente **BABEL** também questionou a validade de terem sido apresentados como **Relatos de Soluções de Problemas** peças e materiais concebidos e veiculados para o próprio Metrô que depois viriam a ser avaliados pela Sra. Fabíola Damato Bemfeito, integrante da subcomissão técnica, que também é responsável pelo referendo nos Relatos de Soluções de Problemas relativo a esse material produzido para o Metrô, assevera que é possível inferir que também teria sido a responsável pela aprovação dessas peças quando entregues ao Metrô.*

*Em contrarrazões, sobre o suposto conflito de interesse, afirma a recorrida que os cases referendados pela Sra. Fabíola não foram demandados ou aprovados por ela, sendo campanhas de período anterior à contratação da Sra. Fabíola para*

*integrar a equipe do Metrô, demandados e aprovados pelo Sr. Ricardo Savacini Pandolfi, não passando o referendo de um dever funcional da Sra. Fabíola em razão do cargo que ocupa.*

*No mais, não há no Edital qualquer vedação à apresentação de cases relativos à serviços prestados para o Metrô, de tal sorte que nenhuma irregularidade há na conduta da agência ADAG.*

*Conforme se pode verificar da proposta apresentada, um dos cases escolhidos para compor o Relato de Soluções de Problemas foi a Websérie Festival M de Talentos – Dia Internacional da Mulher de Março de 2020 e o outro foi a Marca Sonora (Sound Branding) também de 2020, ocasião em que a Senhora Fabíola Damato Bemfeito não compunha os quadros do Metrô, portanto, não solicitou tais campanhas, não aprovou e não tem nenhum impedimento legal ou moral que se possa invocar contrário à sua avaliação da proposta em questão.*

*Logo, mais uma vez, o recurso da agência BABEL não comporta acolhimento.*

*Prosseguindo, argumenta a recorrente BABEL que foram descumpridas, pela agência ADAG as regras de formatação previstas no Edital, acostando imagens de gráficos e tabelas em que é utilizado negrito e imagens das pesquisas cuja formatação utilizada supostamente não é a indicada no Edital, o que, no seu entendimento, atrairia a necessária desclassificação da proponente por possível identificação da proposta antes da abertura do Invólucro nº 2.*

*Os argumentos da agência BABEL não comportam acolhimento, pois os gráficos e tabelas utilizados pela agência ADAG constam do **Raciocínio Básico** integrante do Plano de Comunicação Publicitária e o Edital do certame prevê exceções às regras de formatação para o **Raciocínio Básico**, que foram utilizadas adequadamente pela agência ADAG, senão vejamos:*

*5.2.1. Os subquestos “Raciocínio Básico” e “Estratégia de Comunicação Publicitária” poderão conter **gráfico** e ou **tabela**, observadas as seguintes regras:*

***a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados utilizando tons de cinza;***

***b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte ‘Arial’, estilo ‘normal’, cor ‘automático’, tamanho ‘10 pontos’;***

***c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no item 5.2.7, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.***

*Os gráficos e tabelas utilizados pela agência ADAG foram editados utilizando tons de cinza e os dados e informações dos quadros seguem as regras do item 5.2.1. alínea “b”.*

*Por fim, em relação à proposta da agência MENE & PORTELLA, a recorrente BABEL traz os mesmos argumentos de possível identificação da proposta por descumprimento das formalidades nas tabelas da “Estratégia de Mídia e Não Mídia” e pela utilização de subcapas não numeradas, além de apontar a existência de texto não justificado no Plano de Comunicação Publicitária – Estratégia de Mídia e Não Mídia, descumprindo as regras de formatação do texto previstas no instrumento convocatório.*

*É possível identificar que a utilização de tons de cinza e negrito, ocorreram na “Estratégia e Mídia e Não Mídia”, portanto sob o manto de exceção do item 5.2.3. do Edital abaixo transcrito:*

*“5.2.3. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto “Estratégia de Mídia e Não Mídia” **poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e ser editados com a utilização de tons de cinza.***



*Neste subquesto, as páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.”*

*Quanto à utilização de páginas de separação dos quesitos não numeradas, a esse respeito, nas contrarrazões, a agência **MENE & PORTELLA** indica haver obrigatoriedade de utilização de tal separação no Plano de Comunicação Publicitária, por força do item 5.2.6. do Edital, aduzindo que a mesma obrigatoriedade não há em relação a numeração dessas páginas, haja vista que não fazem parte do conteúdo especificamente do texto, mas servem apenas a conferir melhor legibilidade para a proposta técnica.*

*O entendimento da agência recorrida **MENE & PORTELLA** encontra respaldo no instrumento convocatório que determinava a utilização de páginas isoladas para identificar os subquestos, veja:*

*“5.2.6. Deverão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar os subquestos “Raciocínio Básico”, “Estratégia de Comunicação Publicitária”, “Ideia Criativa” e “Estratégia de Mídia e Não Mídia” do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, as quais devem seguir, no que couber, as especificações de formatação previstas no item 5.2.”*

*E disciplinou expressamente que essas páginas não seriam computadas para o limite de páginas:*

*5.2.7. Os textos do “Raciocínio Básico”, da “Estratégia de Comunicação Publicitária” e da relação comentada prevista na alínea ‘a’ do item 5.3.3 estão limitados, no conjunto, a 8 (oito) páginas, **ressaltando que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas apenas para separar os textos desses subquestos.** Os textos da “Estratégia de Mídia e Não Mídia” não terão limitação quanto ao número de páginas.*

*Logo, é bastante razoável que tais páginas não fossem numeradas.*

*A falta numeração das indigitadas páginas e mesmo a falta de texto justificado em apenas um parágrafo do Plano apresentado pela agência **MENE & PORTELLA** não são elementos capazes de identificar a proposta, tampouco trazem alguma vantagem sobre as demais proponentes, em razão do que o recurso deve ser indeferido, encerrando-se, pois, a análise de toda a argumentação apresentada pela agência **BABEL**.*

*(...)*

### **3. CONCLUSÃO**

*Diante do exposto esta comissão de licitação, após analisar atentamente todos os argumentos expendidos por ambas as agências recorrentes e considerar os argumentos apresentados em contrarrazões, deliberando sobre tudo o que foi apresentado, resolve:*

- acolher em parte o recurso interposto pela agência **GPAC COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA** para desclassificar a agência **GREENZ DO BRASIL PUBLICIDADE LTDA** por ter deixado de considerar os valores pertinentes aos investimentos previstos para a internet em todo o período da sua proposta o que, caso fossem incluídos, redundaria na superação do limite da verba prevista no Briefing.*
- corrigir as notas das agências **BABEL** e **MENE & PORTELLA** pelos motivos acima articulados resultando na seguinte classificação final.*

CLASSIFICAÇÃO	LICITANTE	INVÓLUCRO 1	INVÓLUCRO 3	TOTAL
1ª	JOTACOM COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA.	66,66	23,09	89,75
2ª	MENE E PORTELA PUBLICIDADE LTDA.	65,33	22,76	88,09
3ª	ADAG COMUNICAÇÃO EIRELI	62,66	25,17	87,83
4ª	BABEL PUBLICIDADE LTDA.	62,00	24,17	86,17
5ª	ÁREA COMUNICAÇÃO PROPAGANDA E MARKETING LTDA.	62,66	23,16	85,82
6ª	G.PAC COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.	61,33	22,67	84,00
7ª	COMPANHIA DE COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA. - CC&P	58,33	25,50	83,83
8ª	VIVAS COMUNICAÇÃO LTDA.	61,66	21,15	82,81
9ª	LUA PROPAGANDA LTDA.	56,66	25,50	82,16
10ª	FIELDS COMUNICAÇÃO LTDA.	58,33	23,55	81,88
11ª	AGÊNCIA NACIONAL DE PROPAGANDA LTDA.	58,66	23,07	81,73
12ª	MWORKS COMUNICAÇÃO LTDA.	56,66	24,17	80,83
13ª	OCTOPUS COMUNICAÇÃO LTDA.	59,33	21,45	80,78
14ª	ARTPLAN COMUNICAÇÃO S.A.	55,00	24,96	79,96
15ª	PROPEG COMUNICAÇÃO S.A.	55,33	24,41	79,74
16ª	CALIA Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA.	55,66	22,57	78,23
17ª	DEBRITO COMUNICAÇÃO LTDA.	54,00	22,74	76,74
18ª	AGÊNCIA BRICK PUBLICIDADE LTDA.	53,33	22,37	75,70
19ª	CALIX COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA.	51,33	23,50	74,83
20ª	BAILA CREATIVE.CO LTDA.	48,00	23,67	71,67
21ª	NOVA SB COMUNICAÇÃO LTDA.	47,00	24,33	71,33
22ª	AGÊNCIA DIGITAL MOUSTACHE LTDA.	49,66	21,33	70,99
23ª	MOMA PROPAGANDA LTDA.	49,33	19,16	68,49
24ª	GREENZ DO BRASIL PUBLICIDADE LTDA.	desclassificada		

*Em relação aos demais argumentos entendemos que o recurso interposto pela agência **GPAC COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA** não comporta deferimento, bem como o recurso interposto pela agência **BABEL PUBLICIDADE LTDA**, razão pela qual encaminhamos o presente à autoridade superior para que decida.*

Verifica-se, portanto, que os subsídios concluíram que o recurso não deve ser acolhido.

Ressalta-se, no tocante à alegação de formação de grupo econômico entre duas licitantes, não foram trazidos dados que possam levar à aceitação desta tese, sobretudo levando-se em conta as informações trazidas nas contrarrazões e nos subsídios acima transcritos.

Também as alegações relativas à suposto conflito de interesse da Sra. Fabíola não se sustentam. Ao referendar o documento de uma das agências, que teve a Companhia do Metrô como cliente, não favoreceu de qualquer forma aquela agência. Cita-se como exemplo para corroborar o argumento, as licitações de engenharia da Companhia, onde é corriqueiro que um profissional da Companhia emita e assine atestado de capacidade técnica a determinada empresa e posteriormente analise este mesmo atestado em fase de habilitação da licitação.

Não há que se falar em conflito de interesses.

### **3. Conclusão.**

Diante do exposto, opina-se pelo conhecimento do recurso e no mérito pelo seu **NÃO PROVIMENTO**, nos termos acima expostos.

O presente parecer possui natureza não vinculativa, conforme consignado no artigo 16 do Regulamento de Licitações, Contratos e Demais Ajustes da Companhia do Metropolitano de São Paulo – METRÔ. Alerta-se que este parecer se atém estritamente aos aspectos jurídicos, legais e doutrinários e apresenta tese juridicamente defensável, não sendo possível, contudo, prever eventuais posicionamentos em sentido diverso por órgãos de controle e pelo Poder Judiciário.

Ademais, há de se esclarecer que o presente foi elaborado de acordo com os subsídios fornecidos pela área gestora, notadamente os subsídios anexos, encaminhados com a presente consulta, acima mencionados.

Eventual alteração das premissas que embasaram a presente análise, como os fatos, documentos, leis e entendimentos jurisprudenciais, poderá suscitar a revisão e alteração das conclusões deste parecer.

É o parecer.

*Este parecer foi aprovado por:*

*Janaina Schoenmaker – OAB/SP - 203.665*