

1) Apesar da republicação do Edital, com alteração no Briefing, um dos equívocos do Edital anterior permanece: a falta de definição de verba do briefing para o exercício criativo, o que impossibilita as Licitantes de executarem o Quesito Relação Custo/Benefício, por exemplo. Nas respostas 6, 7 e 8, relativas ao Edital anterior, esta Comissão, basicamente informou que para o Exercício criativo, incluindo o Quesito Relação Custo/Benefício, as Licitantes não devem utilizar os preços "cheios" individuais constantes do Edital e sim utilizar os valores que apresentarão em suas propostas de preços, contrariando todas as Concorrências semelhantes em âmbitos estaduais e federais, que utilizam-se dos valores cheios para elaboração deste quesito e de outros que mencionam exequibilidade da proposta técnica.

O que esta Comissão respondeu, informando que as Licitantes devem se utilizar na Proposta Técnica dos valores que apresentarão em sua proposta de preços, é ilegal, pois, assim as Licitantes estariam antecipando fases e, na proposta técnica, já adiantando os valores constantes em sua proposta de preços, o que obrigatoriamente, desclassificaria todas as Licitantes, conforme ampla jurisprudência de Tribunais de Contas estaduais e da União.

Reiteramos que todos os Editais semelhantes a este, sejam estaduais ou federais, em seus Briefings, já determinam período para execução da proposta no briefing (exercício criativo e não execução de contrato) e determinam uma verba específica para o Briefing (diferente do valor máximo de contratação) para elaboração da proposta, verba esta, repetimos, diferente do valor da contratação, uma verba hipotética apenas para o exercício, mas que utiliza-se dos valores individuais cheios de cada produto constante na lista de produtos executáveis no Edital.

Sendo assim, aguardamos posicionamento desta Comissão, afim de evitar-se futuras nulidades.

Apenas para ilustrar o exposto acima, anexamos recentes Editais semelhantes do Ministério da Economia e do Ministério do Desenvolvimento Regional, que demonstram que no Briefing há uma verba hipotética para as Licitantes elaborarem a proposta técnica e período de execução do briefing para o exercício criativo.

Reitera-se que o objetivo do desafio de comunicação é criar o Plano de Comunicação com estratégias que evidenciem o significado e o impacto real da política gratuita de mobilidade urbana para a cidade de Maricá, e também para o país, evidenciando o protagonismo do município na implementação e ampliação da estratégia do programa Tarifa Zero, inicialmente com os ônibus gratuitos, os vermelhinhos, e que se complementou com o lançamento das bicicletas coletivas gratuitas, as chamadas "Vermelhinhas".

Dessa forma, o período e a verba a serem utilizados na execução da proposta do Briefing podem ser variados, de acordo com a estratégia escolhida a ser utilizada por cada empresa, ao longo do espaço e do tempo, por isso não é indicada no edital. Se a empresa entender que o objetivo do Desafio de Comunicação será alcançado em, por exemplo, no espaço de 03 (três) meses, deve apresentar uma proposta equivalente a este período, ao passo que, se entender que o objetivo deve ser alcançado em 12 (doze) meses, que o faça dessa forma. Dessa maneira, o orçamento requerido fica a cargo da estratégia a ser apresentada.

Ademais, não foi informado por esta Secretaria que as licitantes devem apresentar sua proposta de preço quando da proposta técnica. O que se define é que as licitantes deverão fazer uma divisão da verba a serem aplicados nas suas propostas técnicas. Os valores serão feitos na Proposta de Preço, em momento oportuno, como determina esta Edital em acordo com a legislação.