FLS 94
PROCESSO GERAL
NUM.1049011

À COMISSÃO JULGADORA DA LICITAÇÃO DA COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO DO ESTADO DE SÃO PAULO - CDHU

Gerência de Licitações - CDHU
RECEBIDO
Em 20 / 05 / 25 Hora 14:39
Nome/Assinatura do Responsável

Processo nº 10.49.011
Licitação nº 011/24

BINDER COMUNICAÇÃO LTDA, qualificada nos autos do processo licitatório em epígrafe, vem, respeitosa e tempestivamente[1], por seu representante, signatário do presente, à presença de Vossa Senhoria apresentar

IMPUGNAÇÃO AOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

com espeque no item 13.4.3 do Edital, fazendo-o pelas razões de fato e de direito a seguir expostas.

1. SÍNTESE FÁTICA

12. O Edital da Licitação nº 011/24, Processo nº 10.49.011 foi publicado pela Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano de São Paulo - CDHU, com o objetivo de contratar 3 (três) agências de publicidade e propaganda a fim de lhe prestarem serviços.

13. Realizada a Primeira Sessão Pública em 13 de novembro de 2024, verificou-se a participação de 18 empresas no certame. Na referida data, foram recebidos os invólucros das licitantes e os conteúdos dos envelopes de n. 1 e 3 foram rubricados. Após, a sessão foi encerrada e as propostas técnicas foram encaminhadas para julgamento.

[1] A presente impugnação é tempestiva uma vez que a Recorrida tomou conhecimento do conteúdo dos recursos em 13 de maio de 2025, terça-feira, em virtude de sua publicação no site da CDHU. Nesse sentido, o prazo de cinco dias previsto pelo item 13.4.3 do Edital passou a ser contado a partir de 14 de maio, quarta-feira, e apenas se encerrará no dia 20 de maio, terça-feira. Por isso, observada a data do protocolo da presente peça, verifica-se sua tempestividade.

D4Sign ca7027d7-98a6-4a71-9d1d-6826ab7a22e3 - Para confirmar as assinaturas acesse https://secure.d4sign.com.br/verificar
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.

FLS 95
PROCESSO GERAL
NUM.1049011

14. Diante do julgamento realizado pela i. Subcomissão Técnica, designou-se a data da segunda sessão pública, ocorrida em 5 de abril de 2025, a fim de que fosse realizado o cotejamento entre as vias apócrifas e as identificadas e, posteriormente, fossem divulgadas as notas e a classificação das licitantes, que resultou no seguinte

Posição	Nome da licitante	Pontuação total
1	Lew Lara Tbwa Publicidade e Propaganda Ltda.	90,23
2	Propeg Comunicação S.A.	88,08
3	Mene e Portela Publicidade Ltda	86,77
4	Calia Y2 Propaganda e Marketing Ltda.	86,72
5	Binder Comunicação Ltda.	85,30
6	Companhia de Comunicação e Publicidade Ltda. - CC&P	84,46
7	Nico / Mworks Comunicação Ltda.	84,17
8	Versão BR Comunicação e Marketing Ltda.	84,16
9	Lua Propaganda Ltda.	83,86
10	Debrito Brasil Comunicação Ltda.	82,62
11	Hold Comunicação e Serviços Ribeirão Preto Ltda. Epp	79,42
12	Área Comunicação Propaganda e Marketing Ltda.	79,32
13	Jotacom Comunicação e Publicidade Ltda.	79,00
14	Agil Comunicação e Marketing Ltda.	74,67
15	Rino Publicidade S.A.	63,98
16	Wd Marketing Ltda.	62,97
17	Fazenda Comunicação & Marketing Eirelli	61,65
18	Idem Identidade de Marcas e Propaganda Ltda.	55,41

16. Insatisfeitas, cinco licitantes interpuseram recurso, sendo que o da Lua e da Versão BR pleitearam pela desclassificação da Binder. No entanto, esse entendimento não merece prevalecer, conforme será demonstrado a seguir.

2. DAS RAZÕES PARA IMPROCEDÊNCIA DOS RECURSOS APRESENTADOS PELA LUA PROPAGANDA LTDA E PELA VERSÃO BR COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.

3.1. DO INDEVIDO PEDIDO DE DESCLASSIFICAÇÃO DA BINDER

D4Sign ca7037d7-98a6-4a71-9d1d-6826ab7a22e3 - Para confirmar as assinaturas acesse https://secure.d4sign.com.br/verificar
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.

1. A agência Lua inicia o seu recurso afirmando que a Binder merece ser desclassificada *"uma vez que usou recursos próprios não disponibilizados em edital, a fim de auferir vantagem ilegítima perante os outros licitantes"*.

2. Alega que a peça "e-mail marketing" consta na ideia criativa e contém um único disparo apresentado no resumo geral, entretanto, a Binder *"coloca o período muito mais extenso do que deveria, causando a impressão de que haverá comunicação, quando, na realidade, trata-se de um e-mail somente"*. Esse fator, evidentemente, não tem o condão de ensejar a desclassificação da licitante, pois pode configurar, no máximo, um erro material.

3. Aponta ainda que, *"a Recorrida apresenta peças sem custos de veiculação para serem usados em recursos não disponibilizados no briefing"*, sendo apresentado na estratégia de comunicação, na ideia criativa e na estratégia de não mídia e canais próprios:

> farmácias e lotéricas – locais amplamente frequentados também pela população idosa, outdoor (no interior do Estado nas praças autorizadas) e frontlight. O emprego dos monitores da rede pública estadual de saúde é a ação de não midia, que complementa nossa estratégia, ampliando sua visibilidade e aproximando nossa mensagem dos idosos que usam os serviços de saúde do Estado. Visto que a campanha vai cobrir todo o Estado e chamar a atenção para

> impacto e visibilidade (F). Amplia awareness e divulga o conceito (FT); 7) Monitores para Rede Pública de Saúde: vídeo 15", oferece visão geral dos condomínios, o que permite sua tangibilização e aproximação com o público idoso (F). Amplia a visibilidade do programa e divulga o conceito. (FT); 8) Tela para supermercados: vídeo 15", oferece visão geral dos

> Monitores Rede Pública de Saúde
> O material audiovisual da campanha será disponibilizado para veiculação nos monitores da Rede Pública de Saúde, locais comumente visitados pelos beneficiários diretos.

4. No mesmo sentido, a Recorrente Versão BR aduz que *"ao se analisar a proposta 18: "Cuidando do futuro de quem construiu nosso presente", da licitante Binder, salta aos olhos o indevido uso de "monitores da rede pública de saúde" como recurso próprio. A peça em questão foi, inclusive, apresentada de forma corporificada"*.

5. Discorre e afirma não haver *"qualquer informação de que recurso próprio seria esse ou de onde a licitante conseguiu a informação de que a CDHU ou o Governo do Estado possuem esses monitores nas unidades de saúde municipais, já que não há qualquer informação no edital a respeito de tais supostos monitores, sendo certo que o edital assim deveria trazer, se fossem mesmo recursos próprios de comunicação"*.

D4Sign ca7037d7-98ac-4a71-9d1d-6826ab7a22e3 - Para confirmar as assinaturas acesse https://secure.d4sign.com.br/verificar
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.

6. Equivocadamente, a Recorrente Versão BR menciona que *"ao assumir que os monitores seriam um recurso próprio da CDHU, a peça da licitante foi apresentada sem custo para o uso dos monitores, o que torna o plano de distribuição de mídia da licitante incorreto, infactível em completo desacordo com o edital"*, requerendo, ao final, a desclassificação da Recorrida.

7. No entanto, não assiste razão ambas as licitantes Recorrentes, tendo em vista que a referida informação não se trata de vantagem competitiva, pois, diferentemente do que as Recorrentes alegam, a referência feita pela licitante Binder baseou-se em **informação pública e amplamente acessível**, conforme demonstrado a seguir.

8. O Plano de Comunicação Publicitária é composto pelo Raciocínio Básico, pela Estratégia de Comunicação, pela Ideia Criativa e pela Estratégia de Mídia. Ele deve apresentar o conhecimento da licitante sobre a CDHU e o contexto da sua atuação, o entendimento do problema de comunicação apresentado, além da proposta da agência para resolvê-lo.

9. O Plano de Comunicação ainda deve ter uma abordagem técnica, criativa e estratégica de como enfrentar os desafios e objetivos de comunicação propostos. E é esse conjunto que deve ser avaliado pela comissão.

10. De acordo com Oscar Kita em seu livro referência para o segmento "A Publicidade na Administração Pública", de 2013, a definição de Ideia Criativa é a seguinte: *"Nas licitações em geral, define-se ideia criativa como a apresentação "da campanha publicitária com exemplos de peças que corresponderão à resposta criativa da agência ao desafio e metas explicitados na sua estratégia de comunicação'."* (Pág. 397).

11. O entendimento apresentado no livro é fruto do estudo dos procedimentos licitatórios desde o Império até o século XXI e inclui a análise de 95 editais de licitações de serviços de publicidade. Ele expressa, portanto, um consenso sobre o que é uma Ideia Criativa e seu entendimento dentro do segmento governamental em relação às concorrências em publicidade. Ou seja: a avaliação da Ideia Criativa é feita em relação ao conjunto de peças proposto - que se não for descrito e entendido no seu conjunto, pode muitas vezes se mostrar inadequado. E é importante que a comissão tenha à sua disposição essas informações. É importante que se tenha a percepção, a imagem do todo.

D4Sign ca7037d7-98a6-4a71-9d1d-6926a67a22e8 - Para confirmar as assinaturas acesse https://secure.d4sign.com.br/verificar
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.

12. A proposta técnica apresentada pela Binder está em consonância com programas institucionais do Governo do Estado de São Paulo, que são de conhecimento público e têm sido divulgados em canais oficiais.

13. Um exemplo claro é o *"Programa Vila Dignidade"*, instituído por meio de ação interinstitucional que autoriza as Secretarias Estaduais da Habitação e de Assistência e Desenvolvimento Social a celebrarem convênios com a Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano do Estado de São Paulo – CDHU e com os Municípios paulistas, com o objetivo de implementar moradias assistidas voltadas à população idosa, nos termos do *Decreto nº 56.448, de 29 de novembro de 2010, do Estado de São Paulo*.

14. Conforme estabelecido, o programa visa promover equipamento público de moradia assistida e subsidiada, incluído o Centro de Convivência do Idoso, em atendimento às diretrizes do Plano Estadual para a Pessoa Idosa, no âmbito do programa denominado Futuridade. Trata-se, portanto, de uma iniciativa pública, estruturada por meio de parcerias entre diferentes esferas de governo, com divulgação e acesso irrestrito às informações relativas à sua execução e abrangência.

15. Ademais, cabe observar que, nos termos das competências atribuídas às Prefeituras conveniadas, está expressamente prevista a incumbência de ***promover ações integradas com a rede de serviços da Assistência Social e com o Programa de Saúde da Família (PSF) ou com a rede de saúde local (SUS)***. Essa disposição evidencia que a atuação conjunta entre habitação e saúde pública não apenas é possível, como integra a modelagem institucional dos projetos desenvolvidos pela CDHU.

16. Dessa forma, a alusão à atuação de monitores vinculados à rede pública de saúde encontra *amparo em* **políticas públicas previamente estabelecidas e formalizadas**, não se tratando, portanto, de informação sigilosa, privilegiada ou restrita.

17. Com base nisso, não há erro que justifique a desclassificação da Binder. Aliás, veja-se que a Subcomissão Técnica interpretou corretamente a proposta apresentada, tanto é que julgou corretamente o material apresentado por essa licitante. Ora, a Binder não pode ser penalizada por entregar mais do que se espera e por saber uma análise baseada em uma visão sistêmica, que engloba o todo e, por isso, permite uma entrega melhor e mais abrangente.

D4Sign ca7037d7-98a6-4a71-9d1d-6826ab7a22e8 - Para confirmar as assinaturas acesse https://secure.d4sign.com.br/verificar
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.

18. É na Ideia Criativa que as agências apresentam sua resposta criativa, os temas e conceitos da campanha publicitária destinada a responder aos desafios constantes do *briefing*. É para isso que as agências de publicidade existem – para apresentar propostas criativas, que atraiam atenção para a comunicação do cliente, o que inclui diferentes peças e meios de veiculação, de forma a contribuir para que o Contratante alcance seus objetivos de comunicação.

19. À vista disso, a proposta técnica apresentada pela Binder não configura hipótese de vantagem indevida, nem tampouco afronta os princípios da isonomia, da moralidade ou da competitividade. Pelo contrário, está fundamentada em informações públicas, legítimas e pertinentes ao objeto da licitação, **refletindo o conhecimento técnico e a capacidade de contextualização da proponente em relação às políticas públicas integradas do Estado de São Paulo**.

20. Assim, não há qualquer razão jurídica ou técnica que justifique a desclassificação da proposta, devendo os recursos interpostos serem integralmente improvidos, com a consequente manutenção da classificação da Recorrida, bem como sem a redução de sua pontuação no certame.

3. CONCLUSÃO E PEDIDOS

21. Sobejam razões, como se pode ver, para a manutenção do julgamento proferido, eis que hígido, legítimo e que evidencia a atenção dispensada pelos julgadores aos critérios e parâmetros fixados no instrumento convocatório.

22. Tanto é verdade que as Recorrentes se viram obrigadas a abraçar teses infundadas, fantasiosas e que não merecem outro caminho senão o da IMPROCEDÊNCIA ABSOLUTA.

23. Diante do exposto, requer a Binder, ora Impugnante:

a) Seja a presente impugnação de recurso recebida e processada, eis que tempestiva;
e
b) Seja declarada a TOTAL IMPROCEDÊNCIA dos recursos interpostos pelas empresas Lua e Versão BR, com base na argumentação ora delineada, a fim de que o julgamento atacado seja integralmente

D4Sign ca7037d7-99ad-4a71-9d1d-6826ab7a22e3 - Para confirmar as assinaturas acesse https://secure.d4sign.com.br/verificar
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.

FLS 100
PROCESSO GERAL
NUM.1049011

preservado e o processo licitatório siga seu curso, mantendo-se a regular classificação da Binder.

Nesses termos,
Pede deferimento.

Brasília, 20 de maio de 2025.

BINDER COMUNICAÇÃO LTDA
GLÁUCIO LUIZ SAMPAIO PEREIRA DA SILVA BINDER
CPF nº: 597.569.427-20

D4Sign ca7027d7-98ac-4a71-9d1d-6826a07a22ea - Para conferir as assinaturas acesse https://secure.d4sign.com.br/verificar
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.

8 páginas - Datas e horários baseados em Brasília, Brasil
Sincronizado com o NTP.br e Observatório Nacional (ON)
Certificado de assinaturas gerado em 20 de May de 2025, 13:56:02

FLS 101
PROCESSO GERAL
NUM.1049011

CDHU pdf
Código do documento ca7037d7-98ad-4a71-9d1d-6826ab7a22ea

Assinaturas

GLAUCIO LUIZ SAMPAIO PEREIRA DA SILVA BINDER:59756942720
Certificado Digital
glaucio@binder.com.br
Assinou

Eventos do documento

20 May 2025, 13:53:32
Documento ca7037d7-98ad-4a71-9d1d-6826ab7a22ea **criado** por BINDER COMUNICACAO LTDA - CONTA SISTEMA (2bacb807-2657-442e-aff5-4d26fe5d4b0e). Email:marcio@binder.com.br. - DATE_ATOM: 2025-05-20T13:53:32-03:00

20 May 2025, 13:54:14
Assinaturas **iniciadas** por BINDER COMUNICACAO LTDA - CONTA SISTEMA (2bacb807-2657-442e-aff5-4d26fe5d4b0e). Email: marcio@binder.com.br. - DATE_ATOM: 2025-05-20T13:54:14-03:00

20 May 2025, 13:55:30
ASSINATURA COM CERTIFICADO DIGITAL ICP-BRASIL - GLAUCIO LUIZ SAMPAIO PEREIRA DA SILVA BINDER:59756942720 **Assinou** Email: glaucio@binder.com.br. IP: 189.113.138.226 (189-113-138-226.telecall.com.br porta: 7244). Dados do Certificado: C=BR,O=ICP-Brasil,OU=Servico Federal de Processamento de Dados - SERPRO,OU=Autoridade Certificadora PROCERTI,OU=A3,CN=GLAUCIO LUIZ SAMPAIO PEREIRA DA SILVA BINDER:59756942720. - DATE_ATOM: 2025-05-20T13:55:30-03:00

Hash do documento original
(SHA256):471dd133cce0736ea3120cff3d78b7cdccaf3f717f5181ffb0db8311e50b6e8f
(SHA512):e929b93dddfad4ae7511b09db4786b633b48ed95e62b970ab2c027f534e0d9c29ad9c38509c1c9a9bfb4230c196e7f4c249a9dfd71b3b387785dd61ad167f127

Esse log pertence **única** e **exclusivamente** aos documentos de HASH acima

Esse documento está assinado e certificado pela D4Sign
Integridade certificada no padrão ICP-BRASIL
Assinaturas eletrônicas e físicas têm igual validade legal, conforme **MP 2.200-2/2001** e **Lei 14.063/2020**.