

À ILUSTRE SENHORA PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE VÁRZEA GRANDE, MATO GROSSO.

Referente à Concorrência Pública n.º 003/2017.

SOUL PROPAGANDA LTDA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ n.º 07.112.825/0001-47, estabelecida na Av. Miguel Seror, 320, Jardim Santa Rosa, Cuiabá, Mato Grosso, neste ato representada por seu Diretor de Operações Sr. Edson Cintra Ganâncio, brasileiro, casado, portador do CPF n.º 522.581.491-34, doravante denominada **REQUERENTE**, vem respeitosamente à presença de vossa senhoria, escorado no dispositivo expresso no artigo 5 da Constituição Federal, em seu inciso XXXIV, alínea a, e inciso LV, e no artigo 109 da Lei Federal n.º 8.666/1993, interpor o presente **RECURSO ADMINISTRATIVO** contra a decisão proferida por esta douta comissão, o qual se fundamenta com os fatos apresentados adiante.

Sendo assim, amparado nos dispositivos constitucional supracitado, requer que a ilustre comissão reconsidere sua decisão e que, mantendo-a, faça subir este à autoridade superior, conforme o disposto no § 4º do artigo 109 da Lei Federal n.º 8.666/1993.

Termos em que pede deferimento.

Cuiabá, 21 de agosto de 2017.

Recebido 22/08/2017
[Assinatura]

SOUL Propaganda Ltda.
Av. Miguel Seror, 320 - Santa Rosa
CEP: 78.040-160 - Cuiabá - MT
CNPJ: 07.112.825/0001-47

DAS RAZÕES DO RECURSO

Esta **REQUERENTE** é uma das participantes da Concorrência Pública n.º 003/2017, do tipo “técnica e preço”, a fim de buscar a contratação de até três (3) agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade para a Prefeitura Municipal de Várzea Grande.

Conforme o exposto no aviso de prorrogação divulgado no site oficial da Prefeitura de Várzea Grande na data de 14 de agosto de 2017, o prazo final para apresentação de recursos se faz na data de 21 de agosto de 2017. Deste modo, manifestamos aqui a **tempestividade** do presente recurso.

Por meio do resultado publicado, a **REQUERENTE** se manteve classificada na quarta colocação. Este recurso, no entanto, se manifesta contra o julgamento apresentado, solicitando a desclassificação das licitantes **COMPANY COMUNICAÇÃO LTDA, DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA E PROPAGANDA LTDA, FCS COMUNICAÇÃO LTDA, CASA D’IDEIAS MARKETING E PROPAGANDA LTDA EPP** e também o justo acréscimo de notas da licitante **SOUL PROPAGANDA LTDA**.

As desclassificações tomam por base a flagrante violação das regras editalícias, devendo estas serem desclassificadas nos termos do que preceitua o artigo 48, inciso I, da Lei Federal n.º 8.666/1993:

Art. 48. Serão desclassificadas:

I - As propostas que não atendam às exigências do ato convocatório da licitação

Isto é afirmado tendo em mente o que dispõe o artigo 41 da Lei Federal n.º 8.666/1993:

Art. 41. A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada.

A Lei Federal n.º 8.666/1993, que trata das normas gerais sobre licitações e contratos administrativos, em seu artigo 3º estabelece que:



Art. 3º. A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.

Respeitando as opiniões subjetivas dos membros da douta comissão, mas tendo em vista o estipulado pelo item 15.1 do edital, o qual determina que o critério para julgamento deverá se prender em parâmetros objetivos relacionados à técnica e preço, objetividade esta determinada na Lei Federal n.º 12.232/2010, garantindo o princípio da isonomia e o equilíbrio do resultado, apresentamos as seguintes análises técnicas a fim de apoiar a reavaliação do julgamento das agências anteriormente citadas:

1. DESCLASSIFICAÇÃO DA LICITANTE COMPANY COMUNICAÇÃO LTDA

No presente recurso insurge-se a **REQUERENTE** contra a decisão de classificação da concorrente COMPANY COMUNICAÇÃO LTDA, no certame licitatório da Concorrência Pública n.º 003/2017, vez que, em detrimento das regras editalícias, tal licitante apresentou sua proposta técnica com flagrante violação de itens apresentados pelo edital, devendo ser desclassificada nos termos do que preceitua o artigo 48, inciso I, da Lei Federal n.º 8.666/1993.

1.1. No invólucro I, a agência apresenta **monstro e roteiro do jingle** proposto. Atenta-se aqui a inobservância do proposto no edital em seu item 9.6, inciso I, alínea b, onde se determina que peças de rádio deverão ser apresentadas **apenas por meio de protótipo ou monstro**. Apenas uma das duas e não considerando a apresentação de roteiro para o mesmo. É importante observar que o edital afirma, nos itens 17.3.5 e 17.3.5.1 e sem margem para exceções, que **deverá ser desclassificada a licitante que não observar as determinações exigidas** no mesmo. O mesmo também é afirmado no inciso I do artigo 48 da Lei Federal n.º 8.666/1993. **Essa quebra do estabelecido em edital cria desigualdade entre a quantidade de peças apresentadas pelas licitantes e manter a agência COMPANY COMUNICAÇÃO LTDA entre as**

classificadas fere o princípio da isonomia assegurado pelo artigo 5º da Constituição Federal. Deste modo, solicita-se a desclassificação da mesma.

Quanto a esse respeito, a mestre Maria Sylvia Zanella Di Pietro diz:

“Quando a Administração estabelece, no edital ou na carta-convite, as condições para participar da licitação e as cláusulas essenciais do futuro contrato, os interessados apresentarão suas propostas com base nesses elementos; ora, se for aceita proposta ou celebrado contrato com desrespeito às condições previamente estabelecidas, burlados estarão os princípios da licitação, em especial o da igualdade entre os licitantes, pois aquele que se prendeu aos termos do edital poderá ser prejudicado pela melhor proposta apresentada por outro licitante que os desrespeitou. Também estariam descumpridos os princípios da publicidade, da livre competição e do julgamento objetivo com base em critérios fixados no edital.”

1.2. Dentro da Estratégia de Mídia e Não Mídia encontram-se diversos erros quanto ao cálculo de valores de veiculação, em desacordo com o exigido no edital no item 10.4, alínea a. Entende-se que isto contrarie o proposto pelo item 17.3.5.1 do edital. **Somado, este erro incide em uma diferença total de R\$ 43.329,36.** Este acúmulo de valores pode fugir do investimento total estipulado no edital, ferindo o princípio da isonomia estabelecido no artigo 5º da Constituição Federal. Este erro grave da licitante cria uma vantagem indevida entre a proposta da licitante e as demais concorrentes, erro este que poderia dar fundamento ao cancelamento do certame. Assim, visando a continuidade do processo e a igualdade entre as licitantes, solicita-se a desclassificação da agência. A seguir, apresentamos as discrepâncias de cada veiculação:

1.2.1. O PI referente à inserção na **TV Centro América** (Globo) apresenta **divergência no valor** do programa MTTV 1ª Edição. O valor unitário informado consta de R\$ 2.532,00, sendo que o correto deveria ser de R\$ 2.523,00. Além disso, o total de inserções no mesmo programa refere-se a três (3) inserções no valor de R\$ 7.569,00 e no mapa de mídia constam apenas duas (2) inserções, ou seja, apresenta a cobrança de mais inserções do que o demonstrado no planejamento. **A diferença de valores, considerando duas (2) inserções, é de R\$ 5.046,00.**

1.2.2. O PI referente à inserção na **TV Gazeta (Record)** usa a **tabela referente ao mês de março e não de maio**, um flagrante desrespeito à exigência de da comissão de reconsiderar o período da campanha, fato esse mencionado repetidamente nas respostas aos questionamentos das licitantes, a saber: DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA E PROPAGANDA LTDA, ÉPOCA PROPAGANDA LTDA, CANNES PUBLICIDADE LTDA e SOUL PROPAGANDA LTDA. A tabela utilizada apresenta diferenças em relação à tabela correta, sendo que há mudança de programação, como no caso da telenovela Terra Prometida que se encerrou dia 13/03/17, e traz valores desatualizados, conforme observado a seguir:

- Jornal do Meio Dia. Informado: R\$ 1.483,00. Correto: R\$ 1.602,00. Diferença: R\$ 119,00.
- Esporte Fantástico. Informado: R\$ 1.073,00. Correto: R\$ 1.137,00. Diferença: R\$ 64,00.
- Domingo Espetacular. Informado: R\$ 2.050,00. Correto: R\$ 2.214,00. Diferença: R\$ 164,00.
- Repórter em Ação. Não existe programa com este nome na tabela de maio.
- Jornal da Record Especial de Sábado. Informado: R\$ 2.463,00. Correto: R\$ 2.608,00. Diferença: R\$ 145,00.
- Hoje em Dia. Informado: R\$ 719,00. Correto: R\$ 762,00. Diferença: R\$ 43,00.
- Cadeia Neles. Informado: R\$ 2.796,00. Correto: R\$ 3.020,00. Diferença: R\$ 224,00.

1.2.3. O PI referente à inserção na **TV Cidade Verde (Band)** apresenta **valor divergente** do informado na tabela referente ao mês de maio. A veiculação proposta para o Jornal da Band traz o valor do programa O Livre, o qual é de R\$ 6.835,00, sendo que o correto deveria ser de R\$ 6.785,00. **A diferença de valores, considerando uma (1) inserção, é de R\$ 50,00.**

1.2.4. O PI referente à inserção na **TV Mato Grosso** apresenta **valor divergente** do informado na tabela referente ao mês de maio. A veiculação proposta para o programa Tem de Tudo traz o valor unitário de R\$ 770,00, sendo que o correto deveria ser de R\$ 870,00. **A diferença de valores, considerando 05 inserções, é de R\$ 500,00.**



1.2.5. O PI referente à inserção no jornal **A Gazeta** apresenta **valor divergente** do informado na tabela atual. A veiculação proposta é para o domingo, mas o valor unitário informado é o de dias úteis, de R\$ 97.022,64. O valor dominical correto é de R\$ 127.413,00. **A diferença de valor para esta inserção no domingo é de R\$ 30.390,36.**

1.2.6. O PI referente à inserção no jornal **Correio Varzeagrandense** apresenta **valor divergente** do informado na tabela atual. O valor unitário apresentado para meia página foi de R\$ 8.640,00, sendo que o valor correto deveria ser de R\$ 6.250. **A diferença de valores, considerando as duas (2) inserções, é de R\$ 4.780,00.** A tabela do jornal não faz distinção de valores para página determinada ou indeterminada. Nos últimos meses, o jornal mudou de gestão, de valores e de periodicidade, deixando de ser diário e passando a ser semanal. Uma vez que a estratégia de mídia apresenta este jornal como semanal, entende-se que deveria ter sido usada a tabela da nova edição semanal do mesmo, cujo valor correto apresentamos aqui.

1.3. O caderno específico que compõe o **Plano de Comunicação Publicitária apresentado pela agência possui espaçamentos entre linhas diferentes em seus dois primeiros parágrafos, sendo assim passivo de identificação**, uma vez que não respeita a formatação exigida pelo edital no item 11.1. Entende-se que este erro fira o proposto pelo item 17.3.5.1 do edital.

2. DESCLASSIFICAÇÃO DA LICITANTE DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA E PROPAGANDA LTDA

No presente recurso insurge-se a **REQUERENTE** contra a decisão de classificação da concorrente DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA E PROPAGANDA LTDA, no certame licitatório da Concorrência Pública n.º 003/2017, vez que, em detrimento das regras editalícias, tal licitante apresentou sua proposta técnica com flagrante violação de itens apresentados pelo edital, devendo ser desclassificada nos termos do que preceitua o artigo 48, inciso I, da Lei Federal n.º 8.666/1993.

2.1. Dentro dos PIs relacionados na Estratégia de Mídia e Não Mídia, **a agência inclui os valores de desconto padrão de agência e o valor faturado (líquido)**, descumprindo a clara exigência

apresentada no edital em seu item 10.4, alínea b, onde se lê que “deve ser desconsiderado os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores”. É importante observar que o edital afirma, nos itens 17.3.5 e 17.3.5.1 e sem margem para exceções, que **deverá ser desclassificada a licitante que não observar as determinações exigidas** no mesmo. O mesmo também é afirmado no inciso I do artigo 48 da Lei Federal n.º 8.666/1993.

2.2. Dentro da Estratégia de Mídia e Não Mídia encontram-se diversos **erros quanto ao cálculo de valores de veiculação**, em desacordo com o exigido no edital no item 10.4, alínea a. Entende-se que isto fira o proposto pelo item 17.3.5.1 do edital. **Somado, este erro incide em uma diferença total de R\$ 360,50.** A seguir, apresentamos as discrepâncias de cada veiculação:

2.2.1. O PI referente à inserção no jornal **Circuito Mato Grosso** apresenta **divergência no valor** da meia página. O valor unitário informado consta de R\$ 11.700,00, sendo que o correto deveria ser de R\$ 11.340,00. **A diferença de valores, considerando uma (1) inserção, é de R\$ 360,00.**

2.2.2. O PI referente à inserção no jornal **O Atual** apresenta **divergência no valor** da meia página. O valor unitário informado consta de R\$ 5.359,00, sendo que o correto deveria ser de R\$ 5.359,50. **A diferença de valores, considerando uma (1) inserção, é de R\$ 0,50.**

3. DESCLASSIFICAÇÃO DA LICITANTE FCS COMUNICAÇÃO LTDA

No presente recurso insurge-se a **REQUERENTE** contra a decisão de classificação da concorrente FCS COMUNICAÇÃO LTDA, no certame licitatório da Concorrência Pública n.º 003/2017, vez que, em detrimento das regras editalícias, tal licitante apresentou sua proposta técnica com flagrante violação de itens apresentados pelo edital, devendo ser desclassificada nos termos do que preceitua o artigo 48, inciso I, da Lei Federal n.º 8.666/1993.

3.1. Em seus exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa, **a agência apresenta o uso da marca com slogan, sendo que no anexo X do edital é apresentada a marca correta a ser utilizada, sem o slogan.** É importante observar que as campanhas “Construindo um

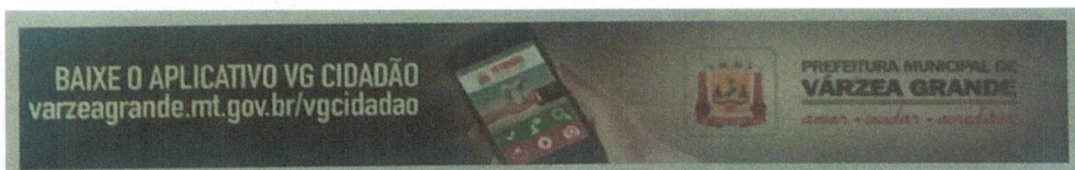


Presente Melhor “, “VG Trabalho que a gente vê e sente”, “VG em boas mãos”, “Várzea voltando a ser Grande”, “Amar, Cuidar e Acreditar”, “Nossa cidade em nossas mãos” e “Fazendo bem pelo bem da gente” foram desclassificadas por descumprimento ao mesmo anexo X, ou seja, por não utilizarem exatamente a marca apresentada no edital. É possível notar, inclusive, que as campanhas desclassificadas “Construindo um Presente Melhor” e “Várzea voltando a ser Grande” usaram exatamente a mesma marca com slogan utilizada pela agência FCS COMUNICAÇÃO LTDA. Uma vez tais agências foram desclassificadas por este motivo, as mesmas possuem direito constitucional de exigir uma decisão igual quanto ao julgamento da campanha em questão e, se este for negado, o direito de solicitar o cancelamento do processo licitatório. Assim, pela continuidade e bom andamento desta concorrência e em jurisprudência à decisão desclassificatória das agências supracitadas e defendendo o princípio da isonomia, previsto no artigo 5º da Constituição Federal, solicita-se que a proposta “Amar a nossa casa e cuidar das pessoas”, da agência FCS COMUNICAÇÃO LTDA, seja igualmente desclassificada.

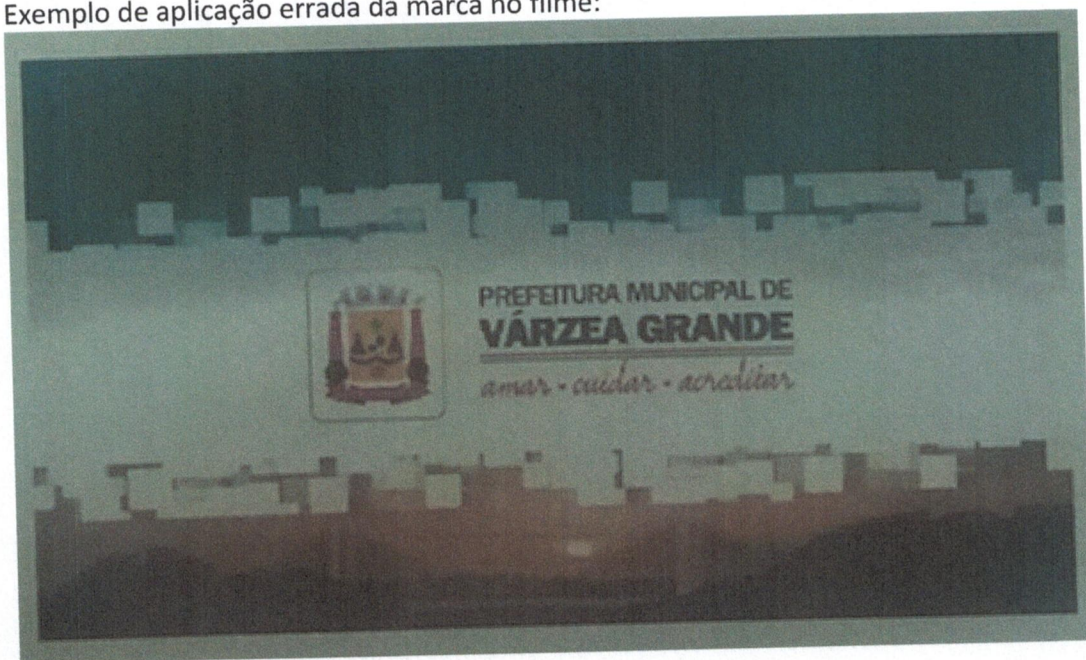
Quanto a isto, o mestre Hely Lopes Meirelles, ao comentar o artigo 40 da Lei 8.666/93 (Lei de Licitações), que trata do edital, observa:

“7.4.1.2 Edital: o edital é o ato pelo qual a Administração leva ao conhecimento público a abertura da concorrência, de tomada de preços, de concurso e de leilão, fixa as condições de sua realização e convoca interessados para apresentação de suas propostas. Como lei interna da concorrência e da tomada de preços, vincula inteiramente a Administração e os proponentes às suas cláusulas. Todavia, nada se pode exigir ou decidir além ou aquém do edital, porque é a lei interna da concorrência e da tomada de preços.”

Exemplo de aplicação errada da marca no web banner:



Exemplo de aplicação errada da marca no filme:



Exemplo de aplicação errada da marca no jornal:



3.2. Dentro dos PIs relacionados na Estratégia de Mídia e Não Mídia, **a agência apresenta o tipo de faturamento como “líquido” e não “bruto”**, descumprindo a clara exigência apresentada no edital em seu item 10.4, alínea a, onde se lê que os preços das inserções devem ser os de tabela cheia. Além disso, **a agência inclui os valores de desconto padrão de agência**, descumprindo o exigido no item 10.4, alínea b, onde se lê “deve ser desconsiderado os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores”. É importante observar que o edital afirma, nos itens 17.3.5 e 17.3.5.1 e sem margem para exceções, que **deverá ser desclassificada a licitante que não observar as determinações exigidas** no mesmo. O mesmo também é afirmado no inciso I do artigo 48 da Lei Federal n.º 8.666/1993.

3.3. Dentro da Estratégia de Mídia e Não Mídia **encontram-se erros quanto ao cálculo de valores de veiculação** decorrente do uso de valores negociados e divergentes do valor de tabela cheia, em desacordo com o exigido no edital no item 10.4, alínea a. Entende-se que isto fira o proposto pelo item 17.3.5.1 do edital. **Somado, este erro incide em uma diferença total de R\$ 368.996**. Este acúmulo de valores pode fugir do investimento total estipulado no edital, ferindo o princípio da isonomia estabelecido no artigo 5º da Constituição Federal. A seguir, apresentamos as discrepâncias de cada veiculação:

3.3.1. O PI referente à inserção no jornal **A Gazeta** apresenta **valor divergente** do informado na tabela atual. A veiculação proposta está com o valor de R\$ 10.296,00, sendo que o correto é de R\$ 73.890,00. **A diferença de valores, considerando quatro (4) inserções, é de R\$ 254.376,00.**

3.3.2. O PI referente à inserção na rádio **Capital FM** apresenta divergência de informações onde, no campo “programa”, **define a veiculação no modo rotativo e no valor consta o preço de veiculação determinada**. A veiculação proposta está com o valor de R\$ 220,00, sendo que o correto no rotativo é de R\$ 140,00. **A diferença de valores, considerando cento e trinta e duas (132) inserções, é de R\$ 2.244,00.**

3.3.3. O PI referente à inserção na rádio **Band FM** apresenta divergência de informações onde, no campo “programa”, **define a veiculação no modo rotativo e no valor consta o preço de veiculação determinada**. A veiculação proposta está com o valor de R\$ 120,00,



sendo que o correto no rotativo é de R\$ 55,00. **A diferença de valores, considerando cento e trinta e duas (132) inserções, é de R\$ 8.580,00.**

3.3.4. O PI referente à inserção na **Rádio Gazeta** apresenta divergência de informações onde, no campo “programa”, **define a veiculação no modo rotativo e no valor consta o preço de veiculação determinada.** Além disso, **o valor unitário utilizado diverge do informado na tabela atual, constando valor negociado.** A veiculação proposta está com o valor de R\$ 157,00, sendo que o correto é de R\$ 452,00. **A diferença de valores, considerando cento e trinta e duas (132) inserções, é de R\$ 38.940,00.**

3.3.5. O PI referente à inserção na **TV Pantaneira** (Rede TV) apresenta divergência de informações, uma vez que o veículo pertence exclusivamente à praça de Poconé e não de Cuiabá como informado tanto no Plano de Mídia quanto na Estratégia de Mídia e Não Mídia, **influenciando diretamente o alcance proposto.** A filiada da Rede TV em Cuiabá é a TV Pantanal (canal 22) e utilizamos a seguir os preços de tabela cheia da mesma para demonstrar o erro de cálculo apresentado. A veiculação proposta está com o valor de R\$ 250,00, sendo que o correto no rotativo é de R\$ 987,00. **A diferença de valores, considerando oitenta e oito (88) inserções, é de R\$ 64.856,00.**

3.4. **Todos os PIs apresentados na Estratégia de Mídia e Não Mídia são referentes à veiculação no mês de junho** e não de maio, um flagrante desrespeito à exigência de da comissão de reconsiderar o período da campanha, fato esse mencionado repetidamente nas respostas aos questionamentos das licitantes, a saber: DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA E PROPAGANDA LTDA, ÉPOCA PROPAGANDA LTDA, CANNES PUBLICIDADE LTDA e SOUL PROPAGANDA LTDA. Entende-se que isto fira o proposto pelo item 17.3.5.1 do edital.

4. DESCLASSIFICAÇÃO DA LICITANTE CASA D’IDEIAS MARKETING E PROPAGANDA LTDA EPP

No presente recurso insurge-se a **REQUERENTE** contra a decisão de classificação da concorrente CASA D’IDEIAS MARKETING E PROPAGANDA LTDA EPP, no certame licitatório da Concorrência Pública n.º 003/2017, vez que, em detrimento das regras editalícias, tal licitante apresentou sua proposta técnica com flagrante violação de itens apresentados pelo edital,



devendo ser desclassificada nos termos do que preceitua o artigo 48, inciso I, da Lei Federal n.º 8.666/1993.

4.1. Dentro da Estratégia de Mídia e Não Mídia **encontram-se erros quanto ao cálculo de valores de veiculação** decorrente do uso de valores negociados e divergentes do valor de tabela cheia, em desacordo com o exigido no edital no item 10.4, alínea a. É importante observar que o edital afirma, nos itens 17.3.5 e 17.3.5.1 e sem margem para exceções, que **deverá ser desclassificada a licitante que não observar as determinações exigidas** no mesmo. O mesmo também é afirmado no inciso I do artigo 48 da Lei Federal n.º 8.666/1993. **Somado, este erro incide em uma diferença total de R\$ 578.553,60.** Este acúmulo de valores pode fugir do investimento total estipulado no edital, ferindo o princípio da isonomia estabelecido no artigo 5º da Constituição Federal. A seguir, apresentamos as discrepâncias de cada veiculação:

4.1.1. O PI referente à inserção no **Rádio Gazeta** apresenta **valor divergente** do informado na tabela atual. A veiculação proposta está com o valor de R\$ 108,00, sendo que o correto é de R\$ 690,00. **A diferença de valores, considerando trezentos e oito (308) inserções, é de R\$ 179.256,00.**

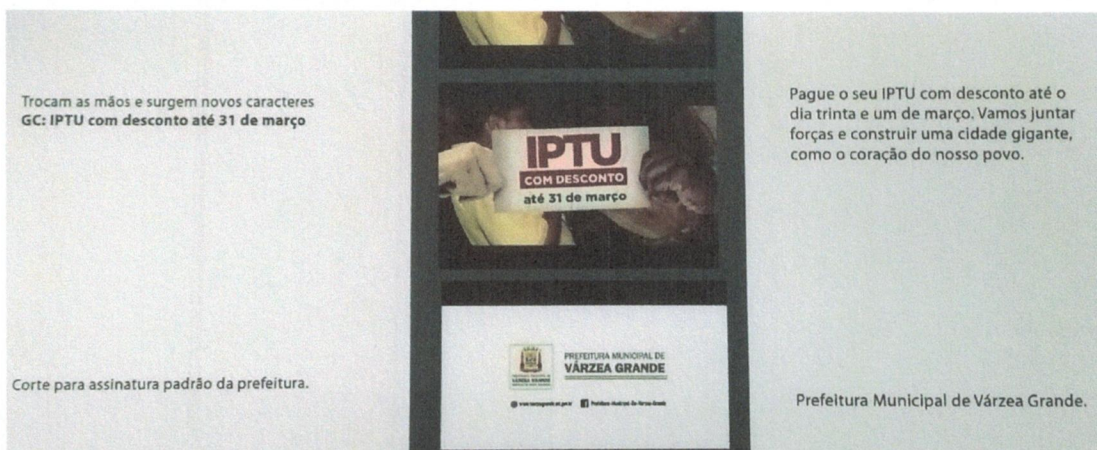
4.1.2. O PI referente à inserção no jornal **A Gazeta** apresenta **valor divergente** do informado na tabela atual. A veiculação proposta para uma página está com o valor de R\$ 20.592,00, sendo que o correto é de R\$ 153.691,20. Já a veiculação proposta para meia página está com o valor de R\$ 10.296,00, sendo que o correto é de R\$ 76.845,60 (calculando sobre o tamanho apresentado no PI, o qual diverge do tamanho do jornal informado em tabela). **A diferença de valores, considerando uma (1) inserção de uma página e quatro (4) inserções de meia página, é de R\$ 399.297,60.**

4.2. Em seus exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa, a agência traz um *storyboard* para TV onde, no fechamento, consta uma data de adesão à campanha anterior à data de veiculação. O filme convida ao pagamento do IPTU até 31 de março, um flagrante desrespeito à exigência de da comissão de reconsiderar o período da campanha para maio, fato esse mencionado repetidamente nas respostas aos questionamentos das licitantes, a saber: DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA E PROPAGANDA LTDA, ÉPOCA PROPAGANDA LTDA, CANNES



PUBLICIDADE LTDA e SOUL PROPAGANDA LTDA. Entende-se que isto fira o proposto pelo item 17.3.5.1 do edital.

Exemplo de uso de data errada no filme:



5. RECONSIDERAÇÃO DA NOTA DA LICITANTE SOUL PROPAGANDA LTDA

A **REQUERENTE**, SOUL PROPAGANDA LTDA, respeita as opiniões e a subjetividade dos integrantes da comissão licitatória. Entretanto, propõe aqui um acréscimo das notas apresentadas na avaliação do envelope III – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação.

A cerca do tratamento igualitário entre as licitantes, Diógenes Gasparini observa que:

“(...) estabelecidas as regras de certa licitação, tornam-se elas inalteráveis durante todo o seu procedimento. Nada justifica qualquer alteração de momento ou pontual para atender esta ou aquela situação. Se, em razão do interesse público, alguma alteração for necessária, essa poderá ser promovida através de rerratificação do ato convocatório, reabrindo-se, por inteiro, o prazo de entrega dos envelopes 1 e 2 contendo, respectivamente, os documentos de habilitação e proposta. Assim retifica-se o que se quer corrigir e ratifica-se o que se quer manter. Se apenas essa modificação for insuficiente para corrigir os vícios de legalidade, mérito ou mesmo de redação, deve-se invalidá-lo e abrir novo procedimento.”

Portanto:

5.1. Na avaliação da julgadora Lucimary Luiza Castro Rangel a respeito do envelope III da **REQUERENTE** foram suprimidos pontos da nota no quesito “III – Repertório” por atender de maneira parcial o disposto no item 14.1.4, I, e também o item III, c, do edital. Entretanto todas as exigências do edital no que dizem respeito a esses itens foram cumpridas em sua totalidade, a saber:

5.1.1. Quanto ao item 14.1.4, I, todas as peças eletrônicas apresentadas pela **REQUERENTE** foram fornecidas em DVD ou CD, cumprindo o previsto no edital.

5.1.2. Quanto ao item 14.1.4, III, em todas as peças e/ou materiais apresentados pela **REQUERENTE** constavam ficha técnica com dados técnicos de produção e veiculação para peças com mídia e de distribuição para peças de não mídia. Desta forma a **REQUERENTE** cumpre o previsto no edital.

Exemplo de ficha técnica de material do repertório onde a **REQUERENTE** apresenta os dados de produção e veiculação conforme solicitado pelo edital:

Ficha Técnica - Peça 01

Peça:	Anúncio para Revista
Título:	Ideias Vivas
Campanha:	Ideias Vivas
Cliente:	Assembleia Legislativa de Mato Grosso
Criação:	Ásbel Torres, Ismael Borges, Jociano Brait
Atendimento:	Hiuri Matos
Produção Gráfica:	Sara Cardoso
Mídia:	Taciane Alves
Aprovação:	Noemia Almeida
Período de Produção:	Agosto/2016
Período de Veiculação:	Setembro/2016
Veículos:	Revista Segurança em Debate

Assim, a **REQUERENTE** solicita o acréscimo proporcional da nota atribuída neste quesito à agência SOUL PROPAGANDA LTDA com a justificativa de atender de forma satisfatória ao solicitado pelo edital.



5.2. Na avaliação da julgadora Lucimary Luiza Castro Rangel a respeito do envelope III da **REQUERENTE** foram suprimidos pontos da nota no quesito “IV – Relatos de solução de problemas de comunicação” por descumprir o disposto no item 14.1.4, III, do edital. Entretanto todas as exigências do edital no que dizem respeito a esses itens foram cumpridas em sua totalidade.

5.2.1. Quanto ao item 14.1.4, III, em todas as peças e/ou materiais apresentados pela **REQUERENTE** constavam ficha técnica com dados técnicos de produção e veiculação para peças com mídia e de distribuição para peças de não mídia. Desta forma a **REQUERENTE** cumpre o previsto no edital.

Exemplo de ficha técnica de material do relato de solução de problema de comunicação onde a **REQUERENTE** apresenta os dados de produção e veiculação conforme solicitado pelo edital:

Ficha Técnica – Peça 01 (DVD Anexo)

Peça:	Filme 30”
Título:	Padrinhos
Campanha:	Padrinhos
Cliente:	Assembleia Legislativa de Mato Grosso
Criação:	Vitor Machado e Aureliano Ramos
Atendimento:	Álvaro de Carvalho
Produção:	Mariana Camargo
Mídia:	Rodrigo Matos
Produtora de Vídeo:	Dona Lola
Produtora de Áudio:	Dona Lola
Aprovação:	Osmar de Carvalho
Período de Produção:	Maió/2014
Período de Veiculação:	Junho/2014
Veículos:	TVCA (Globo) TV Gazeta (Record) TV Cidade Verde (Band) TV Rondon

Assim, a **REQUERENTE** solicita o acréscimo proporcional da nota atribuída neste quesito à agência SOUL PROPAGANDA LTDA com a justificativa de atender de forma satisfatória ao solicitado pelo edital.



5.3. Na avaliação da julgadora Letícia Baldini da Costa a respeito do envelope III da **REQUERENTE** foram suprimidos pontos da nota no quesito “IV – Relatos de solução de problemas de comunicação” por falta na variedade de mídia.

Porém, observa-se que a mesma julgadora atribuiu à agência FCS COMUNICAÇÃO LTDA a nota 9,5 com a justificativa de atender bem ao pedido no edital. Entretanto a agência FCS apresenta apenas três (3) peças em vídeo e uma (1) cartilha eletrônica para os dois relatos.

Já a proposta da SOUL Propaganda apresenta duas (2) peças de não mídia (cartaz), três (3) peças para redes sociais (post), um (1) anúncio para revista, um (1) anúncio para jornal, um (1) filme para TV, um (1) spot para rádio e um (1) banner para internet para os dois relatos, resultando na pontuação de 8,5.

Assim, a **REQUERENTE** solicita com base no princípio da isonomia, o qual é assegurado pelo artigo 5º da Constituição Federal:

- a) O decréscimo proporcional da nota atribuída neste quesito à agência FCS COMUNICAÇÃO LTDA com a justificativa de não ter apresentado variedade de mídia.
- b) O acréscimo proporcional da nota atribuída neste quesito à agência SOUL PROPAGANDA LTDA com a justificativa de atender de forma satisfatória ao solicitado pelo edital.

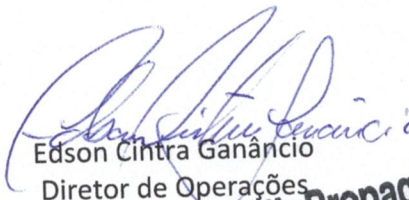


DO PEDIDO

Diante das razões fundamentadas neste recurso administrativo, requer-se a desclassificação das agências COMPANY COMUNICAÇÃO LTDA, DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA E PROPAGANDA LTDA, FCS COMUNICAÇÃO LTDA e CASA D'IDEIAS MARKETING E PROPAGANDA LTDA EPP e a revisão das notas da agência SOUL PROPAGANDA LTDA.

Nestes termos, pede e aguarda deferimento.

Cuiabá, 21 de agosto de 2017.


Edson Cintra Ganância
Diretor de Operações
SOUL Propaganda Ltda.
CNPJ 07.112.825/0001-47
Av. Miguel Seror, 320 - Santa Rosa
CEP: 78.040-160 - Cuiabá - MT
CNPJ: 07.112.825/0001-47

