

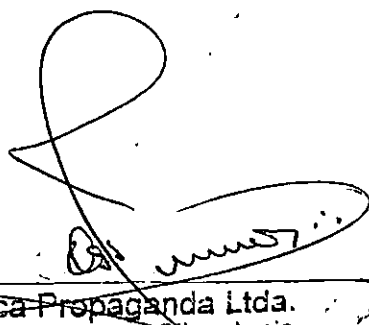
ILUSTRE SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DO
DEPARTAMENTO DE LICITAÇÃO DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DE
MATO GROSSO.

LICITAÇÃO – CONCORRÊNCIA Nº 001/2019

MODALIDADE TÉCNICA E PREÇO

**Assunto: Recurso Administrativo contra o resultado do julgamento geral
das Propostas Técnicas da Concorrência nº 001/2019.**

A ÉPOCA PROPAGANDA LTDA, classificada neste certame e devidamente qualificada, por seu representante legal que esta subscreve, vem, perante Vossa Senhoria, no prazo legal, interpor RECURSO contra a avaliação de notas feita ao seu caderno, expondo e ao final requerendo o que segue, por meio deste documento.


Epoca Propaganda Ltda.
Osmar Soares da Silva Junior

I. BREVE ESCORÇO FÁTICO

Trata-se de Licitação instaurada na modalidade de **CONCORRÊNCIA PÚBLICA**, do tipo **"TÉCNICA E PREÇO"**, pela **ASSEMBLEIA DO ESTADO DE MATO GROSSO**, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, designada pelo At nº 058/2018, publicado no Diário Oficial eletrônico d ALMT no dia 22/2018.

A licitação tem por finalidade selecionar a proposta mais vantajosa para a contratação de até 05 agências de publicidade para a prestação de serviços publicitários, na elaboração de projetos e campanhas para a Assembleia Legislativa do estado de Mato Grosso.

Por meio de decisão, publicada em 09 de maio de 2019, a digníssima comissão de licitação anunciou a classificação das agencias licitantes, mantendo a ora recorrente na 15º colocação.

Com o presente recurso, a recorrente insurge contra as notas dadas nos quesitos capacidade de atendimento, repertório, ideia criativa e estratégia de mídia e não mídia, que foram aplicadas sem justificativas satisfatórias.

II. DO CABIMENTO DO PRESENTE RECURSO ADMINISTRATIVO

Trata-se de recuso administrativo interposto contra a decisão que manteve a Recorrente Classificada em 15º lugar no certame, após abertura das propostas técnicas.

Nos termos do disposto no artigo 109, I, alínea b, da lei 8.666/96, o Recurso administrativo é o meio para discussão da decisão de classificação das propostas.

Art. 109. Dos atos da Administração decorrentes da aplicação desta Lei cabem:

I - recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

(...)

b) julgamento das propostas;

Do Exposto, restam demonstrados o cabimento e adequação do presente recurso.



Fone: 65 3624.1613

Rua Itália, 315 - Santa Rosa - CEP 78040-240 - Cuiabá-MT

epoca@epocapropaganda.com.br

III. RAZÕES DO RECURSO

III.I DO JULGAMENTO DA RECORRENTE

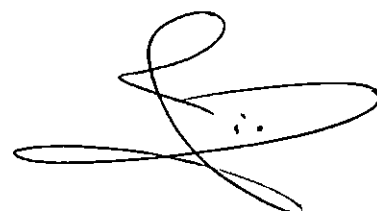
No presente recurso insurge-se contra o julgamento feito pela subcomissão técnica contra requerente, no certame licitatório da Concorrência Pública nº 01/2019, no qual a citada ficou em 15ª colocação, obtendo notas discrepantes em comparação com as demais concorrentes em CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO e IDEIA CRIATIVA. Seguindo o princípio de isonomia, garantido na lei 8.666/93, Art 3º, todas as concorrentes devem ser julgadas com impessoalidade e igualdade.

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.

Apesar do julgamento ser subjetivo, surgem questionamentos pertinentes e comparativos com as demais licitantes. Iniciando pela 5ª colocada, a +2 Comunicação e, indo mais longe na lista de classificação, a 14ª RX Manga, que fizeram propostas com estratégia criativa similares à Época Propaganda, todas formularam uma peça conceito que é estendida e desdobrada para todas as mídias. Entretanto, no que diz respeito a avaliação da subcomissão, os julgamentos foram feitos de forma diferente.

No caso da +2, que recebeu nota final 10,17 e da RX Manga, nota 8,33, no quesito ideia criativa, a falta de diversidade nas peças foi ignorada, enquanto que para a requerente isso foi apontado como principal ponto negativo, recebendo a nota final 6,33.

É importante lembrar que essa estratégia de repetir a peça é reforçada por diversos autores como facilitador da codificação. Sendo assim, não é um critério válido para julgar a criatividade da campanha. Como afirma Terence Shimp, em seu livro Propaganda e Promoção, o "segredo para facilitar a codificação é a repetição: o comunicador de marketing deve repetir as informações da marca, repetir as cenas principais e repetir a propaganda em várias ocasiões" (2002, p. 161).



Na justificativa do julgador 1, "a redação do jornal e da revista não são adequados a um cartaz". Entretanto, na estratégia da requerente, o público que visualiza um cartaz possui o mesmo tempo de leitura e absorção que o expectador de um cartaz, visto que a Não Mídia será instalada em pontos de espera em órgãos públicos de alta circulação.

Já a justificativa trazida pelo julgador 3, "Peças voltadas apenas para a divulgação dos canais de comunicação da ALMT", é incoerente, visto que esse era o briefing apresentado pelo edital. Quanto ao objetivo secundário, é contemplado no texto que compõe as peças.

Quando se trata de capacidade atendimento a discrepância torna-se ainda mais nítida. Ainda citando a +2, no caderno 03 é apresentado um total de nove funcionários, sendo apenas um diretor de criação, e foi julgada com nota 3,17. Nas justificativas dos julgadores, todos levantam que a equipe é enxuta, estrutura pequena e que possui poucos clientes.

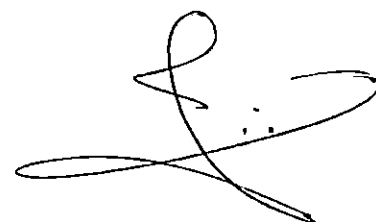
A terceira colocada, Criari, apresentou apenas nove funcionários para atender ao cliente. Entretanto, sua nota alcançou 3,67 em capacidade de atendimento, ainda que na justificativa seja lembrado que a equipe é pequena.

Já a Época Propaganda, apresentando 13 funcionários, uma equipe de criação bem maior, e tão qualificada quanto as demais, recebeu nota 2,33.

Quanto ao repertório a requerente foi avaliada com notas medianas pelos três avaliadores. Nota-se que o julgador 1 em suas considerações alegou muita comunicação pública. Foram 6 peças de comunicação para órgãos público e 4 para empresas privadas. Entretanto, não há nenhuma consideração no edital para que o uso de peças desenvolvidas para órgãos públicos seja demérito da agência licitante.

No item 6.4.1 é destacado que "no caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição", ou seja, não cabe ao julgador fazer tal consideração como critério de avaliação, cabendo revisão da nota do mesmo.

Por várias vezes os julgadores apresentaram na justificativa apenas um relato do que consta na peça ou item avaliado, não apontando o erro. Na mídia e não



mídia, os julgadores 2 e 3 citam apenas os itens que constam, sem críticas ou apontamentos, entretanto as notas empregadas são menores do que a apontada pelo único avaliador que destinou alguma característica, ainda que cabendo defesa.

O julgador 1 afirmou que não foi apresentada a programação de televisão, entretanto na defesa de mídia está descrito como será feita a distribuição da mídia e qual os principais programas que serão veiculados, "Com base nisso, foi programada a veiculação de comercial de 30" com abrangência estadual, distribuição das inserções de 11/03 a 31/03. Os critérios adotados para escolha das emissoras se dão devido à abrangência e audiência das mesmas levando a mensagem para todo estado. Estaremos presentes nos programas de maior audiência nos gêneros jornalismo estadual". A programação é sempre apresentada em forma de PI, porém em resposta ao item 6.2.6.1 foi informado que as licitantes ficam dispensadas de apresentar PI's.

Feitas as considerações, evidenciando como os julgamentos não mostram justificativas plausíveis e muito menos linearidade, a requerente exige uma nova avaliação do conteúdo dos cadernos, garantindo justiça e idoneidade para todos os concorrentes.

III.II DA RELAÇÃO DA SUBCOMISSÃO COM A VENCEDORA

Causa estranheza para a requerente que um membro julgador tenha relação pessoal direta com uma das licitantes. É de conhecimento público que a senhora Roselane Goularte, sócia proprietária da agencia +2 Comunicação, mantém um relacionamento estável com o jornalista Eduardo Alexandre Ricci, pai do julgador 3, Raoni Pedroso Ricci.

O relacionamento pode ser acompanhado por meio de redes sociais, onde o pai de Raoni surge em uma foto ao lado da empresária.

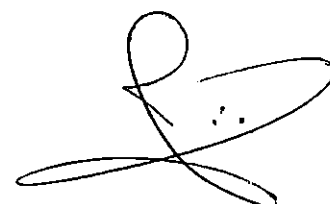




Figura 1 Captura de tela realizada no dia 15 de maio de 2019 no Facebook.

Segundo o Acórdão 1019/2013- Plenário, TC 018.621/2009-7, relator Ministro Benjamin Zymler, 24.4.2013: "a participação de empresa cujo sócio tenha vínculo de parentesco com servidor da entidade licitante afronta, por interpretação analógica, o disposto no art. 9º, inciso III, da Lei 8.666/1993."

Art. 9º Não poderá participar, direta ou indiretamente, da licitação ou da execução de obra ou serviço e do fornecimento de bens a eles necessários:

III - servidor ou dirigente de órgão ou entidade contratante ou responsável pela licitação.

§ 3º Considera-se participação indireta, para fins do disposto neste artigo, a existência de qualquer vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira ou trabalhista entre o autor do projeto, pessoa física ou jurídica, e o licitante ou responsável pelos serviços, fornecimentos e obras, incluindo-se os fornecimentos de bens e serviços a estes necessários.

Ainda que legalmente ambos não possuem ligação, visto que não são casados, essa relação fere o princípio da moralidade, previsto na Constituição Federal. Salientando ainda que Eduardo Ricci também é funcionário da Assembleia Legislativa.

O princípio da moralidade pública contempla a determinação jurídica da observância de preceitos éticos produzidos pela sociedade, variáveis segundo as circunstâncias de cada caso. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/topicos/290007/principio-da-moralidade>. Acesso em maio de 2019.

Após citar tantos indícios de que o julgamento ocorreu desproporcionalmente e com vícios evidentes, a requerente pede a revogação da licitação, sendo

Fone: 65 3624.1613

Rua Itália, 315 - Santa Rosa - CEP 78040-240 - Cuiabá-MT

epoca@epocapropaganda.com.br

necessária a abertura de um novo processo licitatório, que garanta lisura às concorrentes.

III.III DAS INVERDADES

Segundo o edital, item 8.4.:

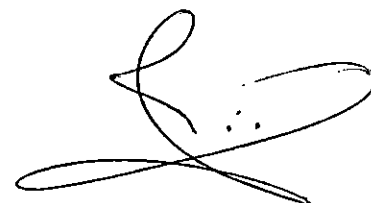
No invólucro n.3, deverão estar acondicionados os cadernos específicos, documentos e informações referentes à Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 6.3 a 6.5

O item 6.3 II a, trata da forma como a equipe de atendimento deve ser apresentada:

- a) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais.
- b) Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitindo sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação da Assembleia.

Aqui a requerente destaca a inverdade apresentada por uma das concorrentes, Imagine Propaganda, no caderno 03 Capacidade de Atendimento. Sob conhecimento de causa, afirma-se que um dos profissionais apresentados como mídia, AGIMAR GONZAGA MONTEIRO, não é registrado na licitante. O citado é funcionário de carteira assinada da Produtora Foco, onde atua como Editor de Imagem com carga horária de seis horas.

Com base nisso, solicitamos que todas as licitantes apresentem registro comprobatório legal de que os profissionais mencionados no caderno trabalham na empresa antes de concorrerem ao certame, bem como comprovação de suas qualificações profissionais.



III DO PEDIDO

Com base em tantos e tão graves questionamentos deste documento, a requerente solicita providências sérias da comissão no tocante ao julgamento inapropriado da subcomissão, refazendo a avaliação das notas.

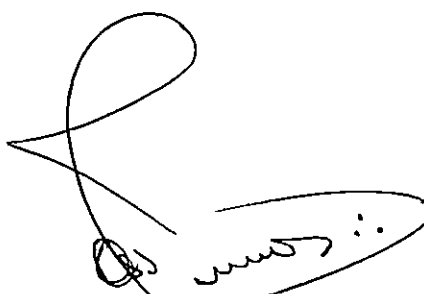
Quanto a avaliação da capacidade de atendimento, é imprescindível que sejam feitas diligências de inspeção em todas as licitantes, a fim de averiguar se a equipe e a estrutura descritas no Invólucro 3 realmente existem. Devem ser apresentados documentos legais que comprovem que os profissionais realmente estão ligados a empresa.

Após comprovar a ligação da subcomissão técnica com uma das agências classificadas entre as 5 primeiras, exige-se que a licitação seja revogada, afim de que a justiça seja reestabelecida.

Termos em que,

Pede deferimento.

Cuiabá, 16 de maio de 2019.



Época-Propaganda Ltda.
Osmar Soares da Silva Junior
RG nº 2342251-3 – SejuSP-MT
CPF/ sob nº 464.491.838-53