

**PRESIDENTE DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO**  
**ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO**  
**SUPERINTENDÊNCIA DE LICITAÇÃO**

	ALMT
FOLHA Nº.	02
UNIDADE	NAP
NOME	Emelly

Concorrência pública nº 001/2019

**CASA D'IDEIAS PROPAGANDA E MARKETING LTDA – EPP.**, pessoa jurídica de direito privado inscrita no CNPJ sob o nº 86.739.547/0001-29, com endereço na Avenida Miguel Sutil, nº 2625, edifício Office Flat, 15º andar, Bairro Jardim Cuiabá, em Cuiabá/MT, por sua representante devidamente cadastrada, vem por este intermédio, nos termos do item 13.1 do edital, apresentar RECURSO ADMINISTRATIVO contra a decisão da subcomissão técnica pela inabilitação da recorrente, o que, por corolário natural, e em consonância com o item 13.2 do edital, torna necessário a recepção do presente recurso com efeito suspensivo.

I – QUANTO AO INVÓLUCRO Nº1: DAS RAZÕES DE FATO E DE DIREITO QUE SUBSIDIAM A PRETENSÃO DE REFORMA DEDUZIDA PELA RECORRENTE

Antes de tudo, importa mencionar que a decisão objeto do recurso veio à público na data da 2ª sessão da comissão permanente de licitação, ou seja, no dia 09/05/2019, o que transparece a tempestividade deste recurso, e portanto, a pertinência do seu processamento.



Feito esse esclarecimento, nota-se da presente licitação, que encontra-se acometida de vício procedimental grave, o que, notadamente, interfere no direito de defesa da recorrente, ensejando, pois, a nulidade do certame, ou ao menos, do ato administrativo maculado.

Explico.

Em matéria de licitação é assente que o edital faz lei entre as partes, *máxime* pelo decantado princípio da vinculação ao instrumento convocatório prestigiado no artigo 3º da na lei federal nº 8.666/93.

Nessa esteira, infere-se do edital desta licitação que a participação das interessadas tem como premissa a aceitação plena e irrevogável das normas constantes no edital (item 2.1 “a”) bem como a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor, que, para o caso em questão, são as leis nº 12.232/10 e nº 8.666/93.

Pois bem, partindo dessas premissas, e sobretudo cotejando detidamente o edital convocatório, em data de 10/04/2019 a recorrente apresentou os invólucros nº 1, 2, 3 e 4, que foram examinados pela comissão de licitação juntamente com os demais invólucros de todas as licitantes, senão vejamos:

- A Comissão Permanente de Licitação efetuou o visto e o exame da conformidade dos invólucro 1, conforme as disposições do Edital, da seguinte forma: o invólucro n. 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação das licitantes antes da abertura do invólucro n. 2; não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.
- O Presidente da CPL disponibilizou a todos os membros da comissão formada pelos representantes das licitantes, a vistória/rubrica do conteúdo do invólucro nº 1.

Naquela mesma oportunidade a comissão de licitação fez a seguinte constatação:

	ALMT
FOLHA Nº	04
UNIDADE	NAP
NOME	Emilly

- Constatada pela CPL e pela comissão dos representantes das licitantes de que todos os invólucros nº. 01 estão em conformidade com Edital, e sem nenhum tipo de identificação, procedeu-se o fechamento do cadeado de todos os invólucros 1 individualmente.

Ato contínuo, as conferências se estenderam a todos os invólucros, como constou da ata da primeira sessão, donde não se extrai a existência de qualquer irregularidade aparente, vejamos:

- Efetuou-se a conferência dos invólucros 2, 3 e 4, conforme previsto no Edital Concorrência nº. 001/2019, ou seja, todos lacrados. Após, foram rubricados no fecho pela Comissão Permanente de Licitação e pela Comissão dos licitantes invólucros 2, 3 e 4.

- Em seguida realizou-se a abertura dos invólucros n 3, sendo que todos estavam lacrados, e após foram rubricados os seus respectivos conteúdos pela CPL e pela Comissão dos representantes das licitantes presentes.

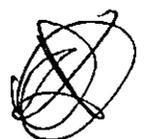
Todos os invólucros nº. 3 foram acondicionados em 02 (duas) caixas grandes e pardas, que foram lacradas e rubricadas no fecho pelos membros da CPL e Comissão dos representantes das licitantes;

- Na seqüência, procedeu-se o acondicionamento dos invólucros ns. 2 e 4 em receptáculo (Caixa parda e grande) específico para cada invólucro, sendo uma caixa para o invólucro nº. 02, e uma caixa para o invólucro nº. 04, todos com rubrica no seu respectivo fecho pela CPL e Comissão dos representantes das licitantes;

Finalizando a primeira sessão, constou na ata, em obediência ao item 12.8.8 do edital, o encaminhamento do invólucro nº 1 (via não identificada) à subcomissão técnica para julgamento, veja:

- Registra-se que os invólucros n 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, foram devidamente lacrados e serão na seqüência encaminhadas Subcomissão Técnica;

Nesta senda, pode-se afirmar, com veemência, que a proposta técnica da recorrente, estruturada com o plano de comunicação publicitária; capacidade de atendimento; repertório; e relatos de problemas de comunicação, não encontrava-se evitada de vícios que, nos termos do edital ensejassem a sua desclassificação, já que, se foram encaminhados à subcomissão é porque obedeceram rigorosamente as disposições do edital, como, inclusive, mencionam os itens 12.8.2.1, 12.8.3 e 12.8.5 , vejamos:



	ALMT
FOLHA Nº	05
UNIDADE	NAP
NOME	Emilly

12.8.2.1. O não recebimento do invólucro n. 1 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu conseqüente impedimento de participar da Concorrência.

12.8.3. A Comissão, antes da abertura dos invólucros n. 1, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária, sendo que não será disponibilizado, neste ato, para as licitantes, o exame do conteúdo dos envelopes ns. 1 e 3.

12.8.5. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos invólucros ns. 1 e 3, for constatada ocorrência que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

Superada essa fase, e por oportunidade da segunda sessão, quando então já haviam sido submetidos à subcomissão técnica para avaliação os invólucros nº 1 das licitantes, a recorrente conheceu a decisão que a desclassificou simplesmente sob o pálio de que teria “descumprido os preceitos do edital”, senão vejamos o que constou da ata da segunda sessão, *verbis*:

- O Presidente da CPL declarou: Que de posse da Ata de julgamento da Subcomissão Técnica passo a leitura das notas por Campanhas do PLANO DE COMUNICAÇÃO – VIA NÃO IDENTIFICADA. Na sequência fez constar que na Ata da Subcomissão foram desclassificadas as seguintes campanhas por descumprir os preceitos do edital: “Todas as portas da nossa casa estão abertas para você”; “Assembleia é também n. sua Casa”; “ALMT representa você por muitos meios”. E que houve desclassificação da campanha “Conecte-se aos nossos canais” por identificar a proposta.

Infere-se da ata da segunda sessão, que a decisão que importou na desclassificação da recorrente não possui uma fundamentação dialética, já que genericamente foi considerada, como outras duas, apenas como descumpridoras do edital, sem contudo haver qualquer especificação de qual seria o item na qual as campanhas do plano de comunicação não se adequavam.

Evidente que as razões de uma desclassificação são deveras relevantes, o que torna obrigatório á comissão de licitação, em primeiro lugar, registrar em ata circunstanciada, nos termos do item 12.1.1 do edital, vejamos:



- 12.1. A reunião de licitação será realizada em 4 sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação.
- 12.1.1. Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da Licitação, ocorridos durante a reunião de licitação serão registrados em ata circunstanciada.

Não bastasse a total desinformação às licitantes acerca das razões da desclassificação, consoante se infere da ata da segunda sessão da recorrente, não houve por parte da subcomissão técnica o adequado lançamento da pontuação aos quesitos da recorrente quanto ao invólucro nº 1, de modo que se esquivaram do julgamento das campanhas que entenderam (sabe-se lá porque) desatender ao edital, vejamos:

Aos 18 (dezoito) dias do mês de abril do ano de dois mil e dezenove, às 09h30 min, lavrou-se a presente ata, conseguindo que reuniram-se os membros da Subcomissão Técnica formada conforme sorteio público, com a finalidade de análise e julgamento das propostas técnicas referente ao procedimento licitatório Concorrência 001/2019, cujo objeto a contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de agência de propaganda, em local reservado na Sede da Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso – Edifício Gov. Dante Martins de Oliveira. End. Avenida André Antônio Maggi, S/N, Setor A, CPA, Cuiabá/MT. Presentes: José Mauricio Pires Alves; Ricardo Ramos Quirino; Raoni Pedroso Ricci. Registra-se que o procedimento de sorteio para composição da presente Subcomissão Técnica, bem como o presente procedimento de julgamento técnico obedeceu os termos da Lei nº. 12.232/2010. A Comissão Permanente de Licitação encaminhou à esta Subcomissão Técnica no dia 15 de abril de 2019, às 8:00 h, 21 (vinte e uma) Caixas pardas lacradas, rubricadas no fecho, referente ao invólucros n 1, contendo a via não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, data que esta Subcomissão deu início aos trabalhos; No período de 15/04/2019 a 18/04/2019, esta Subcomissão se reuniu a portas fechadas, das 8:30 h até por volta das 19:30h, com pausa de 40 (quarenta) minutos para almoço, sendo que nesse período fora efetuada a análise individualizada e julgamento, por esta subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária INVÓLUCRO 01. Após, conclusão das análises e julgamento técnico, encaminha-se à Comissão Permanente de Licitação as Planilhas com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram em cada caso, em anexo. Consequina-se que foram desclassificas os seguintes Planos de Comunicação Publicitária por desatenderem ao princípio de cumprimento das disposições do edital: “Assembleia é também sua casa”, “Todas as portas da nossa casa estão abertas para você” e “ALMT representa você por muitos meios. O trabalho por um Mato Grosso melhor é o principal deles”. Foi desclassificada por identificação o seguinte Plano de Comunicação Publicitária: “Conecte-se aos nossos canais”. Ressalta-se que os Planos de Comunicação Publicitárias que desatenderam ao princípio de cumprimento das disposições do edital foram devidamente lacrados em envelope. Nada mais havendo a tratar, declarou encerrada a sessão, lavrando-se a Ata que vai assinada por todos os presentes na sessão.

Aludido procedimento afronta veementemente os artigos 6º §2º e também o artigo 11 incisos IV e VI ambos da lei 12.232/10, que dispõe acerca da obrigação da subcomissão atribuir pontuação aos quesitos das propostas técnicas que forem desclassificadas por descumprimento do edital, vejamos:

Art. 6.: (...)

§ 2o Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do

instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no § 1o do art. 10 desta Lei, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2o do art. 9o desta Lei.

Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.

§ 4o O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

IV - elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

VI - elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

Assim, se não houve identificação da proposta, nos termos do arrazoado anterior, então houve uma omissão legal grave da subcomissão, que por não ter pontuado o invólucro nº 1 da recorrente, ensejou a publicação na ata da segunda sessão de pontuação ZERADA para a recorrente, veja:

EMPRESA	NOTA FINAL	CLASSIF.
ZF	51,84	1
DMD	50,67	2
CRIARI	49,66	3
TIS	49,50	4
NSF +2	47,50	5
GENIUS	46,83	6
NOVA SB	46,83	7
FCS	46,51	8
MERCATTO	46,34	9
SOUL	45,00	10
GONÇALVES CORDEIRO	43,50	11
RENCA	42,84	12
LOGOS	42,67	13
ELU	42,33	14
RX MANGA	41,01	15
EPOCA	39,84	16
IMAGINE	38,00	17
RC+	DESCCLASSIFICADA	0
COMPANY	DESCCLASSIFICADA	0
CASA D'IDÉIAS	DESCCLASSIFICADA	0
INVENT	DESCCLASSIFICADA	0

Ademais, a única desclassificada por questões de identificação foi a licitante INVENT, consoante se infere do teor da ata da segunda sessão, vejamos:

- Às 11:42 horas o Presidente proclamou o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, com a indicação do nome das empresas e sua classificação. Informou que as empresas desclassificadas por desatender os preceitos do edital foram: CASA D'IDEIAS MARKETING E PROPAGANDA LTDA; RCMAIS AGENCIA DIGITAL E MARKETING EIRELI; COMPANY COMUNICAÇÃO LIMITADA. E que a empresa desclassificada por apresentar identificação no Invólucro 01 - Via não Identificada é a INVENT COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELLE EPP

Isso demonstra, suficientemente, que a subcomissão técnica vilipendiou o artigo 11 §4º inciso IV e VI da lei federal nº 12.232/10, que determina a confecção de *“ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso”*.

Nessa senda, se a subcomissão se esquivou de seu dever legal de pontuar o plano de comunicação publicitária da recorrente (invólucro 1), e, ademais,

• devolveu sua conclusão meramente com a informação genérica de desclassificação sem atribuir notas ao invólucro nº 1 da recorrente, então, além de afronta ao princípio da legalidade, tem-se que a recorrente se encontra com seu direito de defesa cerceado.

Assim, a situação revela, além do notório cerceamento, a nulidade do certame, já que sua subcomissão deixou de avaliar o invólucro nº1 da recorrente sob o pálio de que estava desclassificada, atuação que, contudo, não possui fundamentação legal, vez que, como já dito, nos termos do mesmo artigo 11 da lei federal nº 12.232/10, os invólucros com as propostas técnicas e de preço, entregues à subcomissão técnica devem ser submetidos a análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária **ainda que desclassificadas**.

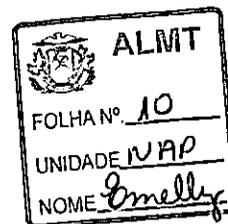
O inciso III cotejado com o parágrafo 4º inciso IV todos do artigo 11 da lei 12/232.10, conduzem ao raciocínio de que a comissão deve realizar a análise e julgamento do plano de comunicação publicitário das licitantes, e, quanto as que considerar desclassificadas, deve fundamentar a decisão e acomodar os invólucros em local específico, nos termos do artigo 10 §1º e 6º §2º ambos da lei 12.232/10, vejamos:

Art. 6º A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2º, e às seguintes:

§ 2º **Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei.**

Não diferente estabelece o item 12.8.9 do edital, veja:





12.8.9. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 9.4.I e Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

Nessa senda, se não houve qualquer identificação da proposta da recorrente, tanto é que houve o cotejo para identificação na segunda sessão, então não há razão jurídica para que a subcomissão se esquivasse do dever legal de avaliar o conteúdo do invólucro nº 1 (contendo o raciocínio básico, estratégia de comunicação, ideia criativa e etc...), revelando pois, a afronta a legalidade e ao devido processo legal, ambos, suficientes para macular todo o certame.

## II – QUANTO A FRAGILIDADE DO FUNDAMENTO QUE ENSEJOU A DESCLASSIFICAÇÃO DA RECORRENTE E O APEGO AO RIGORISMO EXACERBADO

Após a segunda sessão, e por oportunidade da publicação da decisão da subcomissão no diário oficial, a recorrente logrou conhecer a razão de sua desclassificação, o que, portanto, materializa a afronta a lei nos termos arrazoados alhures.

Mesmo assim, verifica-se que a recorrente foi desclassificada supostamente por imprimir as peças da campanha em um modelo de papel que não seguia as diretrizes do Edital.

Contudo a recorrente utilizou-se das alternativas constantes do item 6.2.7 do edital, na medida em que apresentou seus exemplos de peças e ou material integrantes da ideia criativa em papel Glossy, e, portanto, é perfeitamente compatível com os papéis A3 e/ou A4 e com a gramatura exigida.

O item 6.2.7 do Edital dispõe que:

OS EXEMPLOS DE PEÇAS E OU MATERIAL INTEGRANTES DO SUBQUESITO IDÉIA CRIATIVA DEVERÃO SER APRESENTADOS EM PAPEL A4 OU A3, EM PAPEL OFFSET 75 OU 90 GR, SEM USO DE SUPORTE:

6.2.7. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesito Idéia Criativa deverão ser apresentados em papel A4 ou A3, em papel offset 75 ou 90 gr, sem uso de suporte:

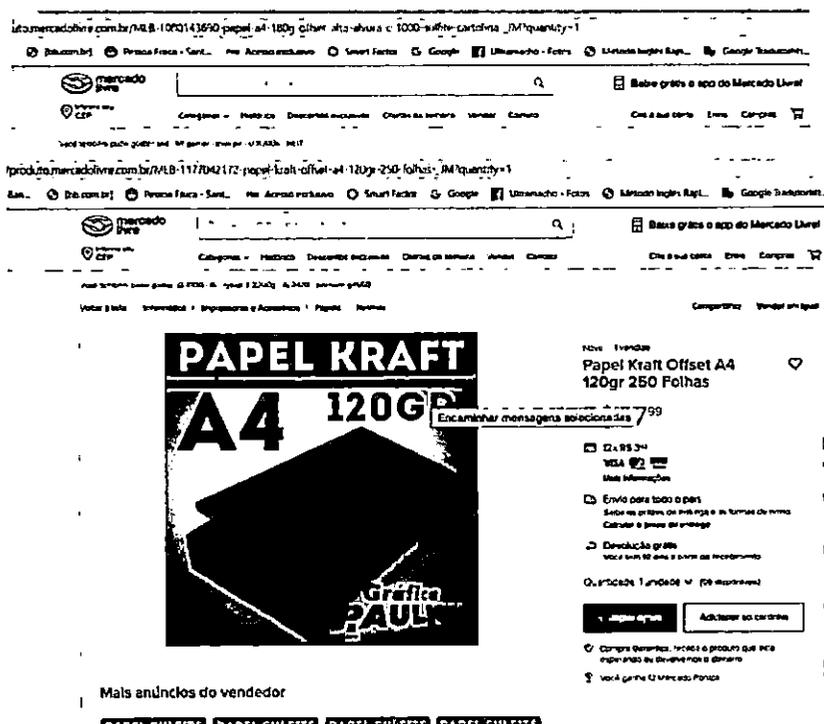
Depreende-se que como o item do edital utiliza-se da palavra **ou**, e descreve vários tipos de papel, então se pode concluir seguramente que o rol dos modelos de papel são exemplificativos, de modo que fica à critério da licitante eleger de qual se valerá, não importando sua escolha em uma afronta ao edital, desde que o papel respeite a qualidade de impressão de papeis *offset*.

Importante asseverar que, quanto ao termo citado “*papel offset*”, isso não se trata de um modelo de papel, pois *offset* é um processo de impressão.

Nesse ínterim, o “Papel Offset” é um papel fabricado com características próprias para a impressão *offset*, com elevada resistência na superfície e resistência contra deformações.

Nessa senda, por corolário lógico, todos os papeis que aceitam impressão *offset* também são papéis *offset*, como por exemplo: papel jornal, kraft, supremo, papel reciclado, couchê, fotográfico, transfer, sulfite, papel revista, cartolina, cartão, entre tantos outros.

Mesmo em uma busca na internet é possível verificar a existência de vários modelos de papel *offset* para compra, demonstrando a total impropriedade de se considerar a expressão “*offset*” como um modelo de papel, já que vários tamanhos de papel (A3, A4, Glossy, e etc...) também são *offset*, veja:



The screenshot shows a search result on Mercado Livre for 'Papel Kraft Offset A4 120gr 250 Folhas'. The product image shows a stack of paper with 'PAPEL KRAFT A4 120GR' and 'Gráfica PAUL' printed on it. The price is listed as R\$ 99,99. The listing includes options for delivery and purchase. A hand-drawn scribble is present in the bottom right corner of the screenshot area.

	ALMT
FOLHA Nº	12
UNIDADE	WAP
NOME	Emelly

data:mercado livre.com.br,MLB-117226799-papel-couch-brilho-offset-a4-115gr-1000-folhas-MLquantity=1

mercado livre

Papel Couchê Brilho Offset A4 115gr 1000 Folhas

RS117<sup>00</sup>

Quantidade: 1 unidade

Adicione ao carrinho

Informação sobre o vendedor

Localização

produto:mercado livre.com.br,MLB-75610000-papel-sulfite-offset-nevada-branco-180gm2-30x30-c-250-fis-MLquantity=1

mercado livre

Papel Sulfite Offset Nevada Branco 180g/m2 30x30 C/ 250 Fis

RS\$60<sup>30</sup>

Quantidade: 1 unidade

Adicione ao carrinho

Informação sobre o vendedor

Desta feita, *offset* não é um tipo de papel mas um tipo de impressão especificamente feita por gráficas para grandes tiragens de material.

Explanada essa questão, e de acordo com o rol exemplificativo do edital, o modelo do papel não pode ser estabelecido pela palavra *offset*, que é um modelo de impressão gráfica, e, portanto, a escolha do modelo de papel é faculdade

	ALMT
FOLHA Nº	13
UNIDADE	NAP
NOME	Emelly

das licitantes, desde que seja compatível com *offset* e com 75 ou 90g, fatores dos quais se desincumbiu a recorrente.

Assim, a opção da recorrente pelo papel “Glossy” não descumpre o edital, pois é *offset*, e possui o tamanho (A3) e a gramatura (90g) compatíveis aos dispostos pelo edital do certame.

Diante disso, requer-se a reconsideração da decisão da subcomissão que desclassificou a recorrente em virtude do papel utilizado.

## II.i – DO APEGO AO RIGORISMO EXACERBADO

Ainda que assim não fosse, a penalidade de desclassificação imposta pela subcomissão se revela desproporcional pois excessivamente rigorosa.

Isso se diz, pois, a utilização do papel “Glossy” pela recorrente, o que foi tido como atentatório ao item 6.2.7 não importa em nenhum prejuízo à administração pública ou ao processo licitatório (na medida em que não foi possível, por esse fato, identificar a proposta como por um exemplo).

Nesse sentido, sem se olvidar da impropriedade de se considerar *offset* um modelo de papel (enquanto se trata de um modelo de impressão), fato é que isso não pode ser razão suficiente para a desclassificação de uma agência de publicidade de consabida capacidade técnica, com mais de 30 anos de serviços prestados no estado de Mato Grosso.

Ora, não se pode perder de vista que a finalidade precípua da licitação é a escolha da contratação mais vantajosa para a Administração Pública e, para atingi-la, não pode o administrador ater-se a rigorismos formais exacerbados, a ponto de afastar possíveis interessados do certame, pois isso limita a competição e, por conseguinte, reduz as oportunidades de escolha para a contratação por parte da administração.



	ALMT
FOLHA Nº	14
UNIDADE	Nº 8
NOME	Emelly

Nessa senda, como no caso concreto o descumprimento apontado (modelo de papel utilizado) não representa uma incapacidade técnica, nem tão pouco desencadeou uma identificação do plano de comunicação ou quaisquer outras questões mais sensíveis dessa natureza de processo licitatório, então a desclassificação da recorrente se revela um rigorismo extremo que atenta à finalidade da lei, na qual a existência de vários interessados é benéfica, na exata medida em que facilita a escolha da proposta efetivamente mais vantajosa (Lei nº 8.666/93, art. 3º).

Sob essas premissas, e sobretudo na busca da preservação do interesse público no procedimento licitatório, o descumprimento da exigência formal salientada (item 6.2.7), por sua irrelevância, deve ser temperado pelo princípio da razoabilidade e bom senso.

Assim, o formalismo não pode ser interpretado de maneira absoluta, principalmente porque existem outros princípios informadores do sistema que, aparentemente, mostram-se antinômicos entre si.

No caso da licitação, vários princípios a informam, tais como o da igualdade, legalidade, competitividade, impessoalidade, vinculação do edital, julgamento objetivo, e etc.

Tais princípios têm por objetivo permitir à Administração a escolha da melhor proposta e a igualdade dos licitantes, **daí porque podem ser relativizados, para que seja atendida a finalidade da licitação**, de modo a evitar que um princípio se imponha à custa da supressão de outro princípio, ou até mesmo contrarie o sistema cujos princípios são seus alicerces.

Nesse sentido destacamos um precedente do r. STJ, verbis:

"MANDADO DE SEGURANÇA. ADMINISTRATIVO.  
LICITAÇÃO. PROPOSTA TÉCNICA.  
INABILITAÇÃO. ARGÜIÇÃO DE FALTA DE  
ASSINATURA NO LOCAL PREDETERMINADO. ATO



ALMT
FOLHA Nº. 15
UNIDADE NAP
NOME <i>Bmelly</i>

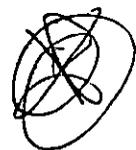
ILEGAL. EXCESSO DE FORMALISMO. PRINCÍPIO DA RAZOABILIDADE. 1. A interpretação dos termos do Edital não pode conduzir a atos que acabem por malferir a própria finalidade do procedimento licitatório, restringindo o número de concorrentes e prejudicando a escolha da melhor proposta. 2. O ato coator foi desproporcional e desarrazoado, mormente tendo em conta que não houve falta de assinatura, pura e simples, mas assinaturas e rubricas fora do local preestabelecido, o que não é suficiente para invalidar a proposta, evidenciando claro excesso de formalismo. Precedentes. 3. Segurança concedida." (MS 5.869/DF, Rel. Ministra LAURITA VAZ, PRIMEIRA SEÇÃO, julgado em 11/09/2002, DJ 07/10/2002, p. 163)

Em vista do exposto, pelo papel utilizado pela recorrente obedecer aos padrões de qualidade exigidos no certame (é *offset*), e possuir dimensões (A3) e peso (90g) compatíveis com as alternativas dispostas no item 6.2.7, requer-se a reconsideração da desclassificação pela comissão técnica, com vistas a proceder com a análise e pontuação do invólucro nº 1 da recorrente.

### III – QUANTO AO INVÓLUCRO Nº 3: DAS RAZÕES TÉCNICAS QUE SUBSIDIAM A PRETENSÃO DE REVISÃO DAS NOTAS ATRIBUÍDAS AS DEMAIS CONCORRENTES

#### III.I – DA INCONFORMIDADE DO GUIA UTILIZADO (LICITANTE DMD)

Infere-se do caderno do processo de licitação que a licitante DMD, inobstante o pedido de esclarecimentos nº 20 que deduziu, cometeu um equívoco utilizar da forma incorreta o guia (*guide*) com os meios de comunicação da



- Assembleia Legislativa, notadamente porque destoam do solicitado nas respostas dos Pedidos de Questionamento 20 e 17, vejamos:



**ALMT** Superintendência de Licitação

RESPOSTA A PEDIDOS DE ESCLARECIMENTO - CONCURSÊNCIA Nº 001/2019

**PEDIDOS DE ESCLARECIMENTO 20**

CONCURSÊNCIA:	001/2019
OBJETO:	Contratação de até 05 (cinco) agências de publicidade para a prestação de serviços técnicos de publicidade visando a elaboração de projetos e campanhas de Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso.
DATA DE PROTOCOLO:	21/04/2019

O presente pedido de esclarecimento foi interposto tempestivamente, sendo o mesmo já respondido por intermédio do Mem. 414/2019/SCB.

**QUESTIONAMENTO**

No "Guide" enviado, foram utilizadas as seguintes fontes de comunicação: TV Assembleia, Rádio Assembleia, Portal oficial e Fanpage.

**Perguntas:**

1 - Nas peças, devemos apresentar o "Guide" EXATAMENTE igual a APENAS com os textos de comunicação que serão utilizados?

RESPOSTA: SIM. Conforme resposta ao Pedido de Esclarecimento 18.

2 - Os demais meios de comunicação devem ser apresentados de que maneira? Eles podem ser inseridos no "Guide" dado por vocês como exemplo, ou devem ser inseridos de outra forma em suas peças?

RESPOSTA: Devem ser apresentados de acordo com "GUIDE" fornecida, disponibilizada mediante ANEXO a Resposta do Pedido de Esclarecimento 18 - NOVA GUIDE ATUALIZADA.

Cuiabá-MT, 03 de abril de 2019.

*[Assinatura]*  
 Fabiana Kellen Nogueira Domingues  
 Presidente da Comissão Permanente de Licitação

**ALMT** Superintendência de Licitação

RESPOSTA A PEDIDOS DE ESCLARECIMENTO - CONCURSÊNCIA Nº 001/2019

**PEDIDOS DE ESCLARECIMENTO 17**

CONCURSÊNCIA:	001/2019
OBJETO:	Contratação de até 05 (cinco) agências de publicidade para a prestação de serviços técnicos de publicidade visando a elaboração de projetos e campanhas de Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso.
DATA DE PROTOCOLO:	25/03/2019

O presente pedido de esclarecimento foi interposto tempestivamente, sendo o mesmo já respondido por intermédio do Mem. 378/2019/SCS.

**QUESTIONAMENTO**

"1) Dia 22 de Março, foi respondido um questionamento sobre o padrão de aplicação das regras sobre as ALMT. Como resposta veio a seguinte por uma peça denominada "Guide" - Questionamento. Qual o "Guide" que deverá ser usado que ALMT utiliza como meio de comunicação, como YouTube, Carreira, etc.? O "Guide" enviado como anexa, apresenta uma moldura e padrão de assinatura no campo inferior batizado o slogan, devemos considerar a moldura, bem como o slogan como obrigatoriedade na aplicação das peças da campanha hipotética corporativa?"

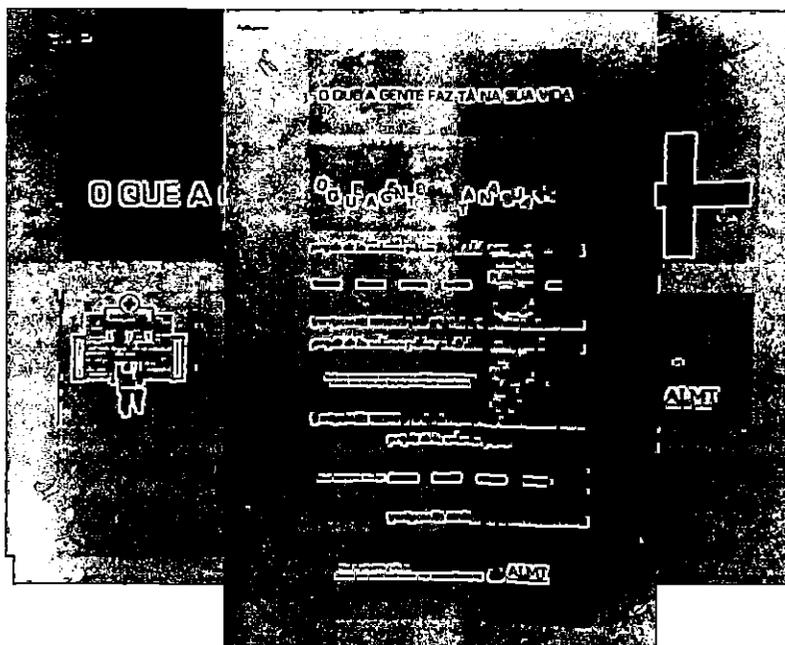
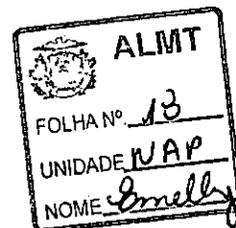
RESPOSTA: A "Guide" é usada em todas as peças publicitárias da ALMT, quando necessário, pode ser adaptada. No caso da assinatura de um VT, por exemplo. Deve ser considerada por completo: moldura, layout, logo e slogan.

Cuiabá-MT, 29 de março de 2019.

*[Assinatura]*  
 Fabiana Kellen Nogueira Domingues  
 Presidente da Comissão Permanente de Licitação







do *Guide* na forma das respostas aos pedidos de esclarecimento nº 18 e 20, requer-se, desde já, a sua desclassificação.

### III.II – DA INCONFORMIDADE DO GUIA UTILIZADO - AGÊNCIA +2 COMUNICAÇÃO.

Igualmente a agência Dmd, também a agência “+2 COMUNICAÇÃO” também fez uso indevido do guia (*guide*), trazendo o item em posição errada, de modo a emprestar-lhe destaque muito maior do que o especificado nos questionamentos respondidos pela Assembleia Legislativa, senão vejamos o que materializa essa arguição:





Desta feita, requer-se a desclassificação da licitante +2 Comunicação, diante do descumprimento a recomendação da administração quanto a utilização do *Guide* na forma das respostas aos pedidos de esclarecimentos nº 18 e 20.

### III.III – DA INCONFORMIDADE DO ORÇAMENTO APRESENTADO PELA AGÊNCIA TIS (CAIXA 12)

Depreende-se do caderno do processo administrativo da licitação em epígrafe, que na caixa 12, página 12, que traz a produção do *bus top* a licitante

A handwritten signature or scribble consisting of several overlapping loops and lines.



ALMT	
FOLHA Nº	21
UNIDADE	NAP
NOME	Smelly

Na sequência, na página 14, a licitante considera a compra de mídia programática por diária, porém a mesma só poderia ser feita de acordo com a compra de CPM, e, não bastasse, na especificação dessa mídia não consta a quantidade de impressões, veja:

Mídia Programática	Estado	01 a 30	Banner Web	30	R\$ 4.500,00	2,03%
--------------------	--------	---------	------------	----	--------------	-------

Nessa senda, a licitante TIS descumpriu veementemente o requisito do edital, notadamente o dever de adicionar todos os valores alocados em produção e suas específicas quantidades nos termos do item 11.15 do edital, e, assim, esta omissão, resulta na manipulação dos valores e situações, o que é inadmissível e deve, pois, ensejar a sua desclassificação.

#### III.IV – DA INCONFORMIDADE DA VERBA TOTAL DE MÍDIA E DAS INCOERÊNCIAS DA PROPOSTA DA CRIARI (CAIXA 15)

Os documentos apresentados pela CRIARI demonstram que embora ela tenha proposto a redução de peças tanto no VT como no jingle, não há nos documentos nenhuma lista descrevendo essa situação, ou sequer isso seguiu mencionado na ideia criativa.

Verifica-se que na estratégia de mídia (página 11) a licitante assevera uma redução do VT de 60” para 30”, entretanto aludida redução não se expressa em nenhuma das suas peças na ideia criativa.

Aludida situação comporta uma desconformidade com o edital na medida em que ele dispõe no item 6.2.3.1 que todas as peças sugeridas na campanha tenham uma lista em que serão corporificadas e suas respectivas reduções, senão vejamos:

ALMT
FOLHA Nº 22
UNIDADE NAP
NOME Emely

- 6.2.3. **Idela Criativa** é um sub quesito por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.
- 6.2.3.1. Todas as peças e ou material que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos comentários circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.
- 6.2.3.2. A relação deverá indicar as peças e ou material que foram corporificados nos termos do subitem 6.2.3.3.
- 6.2.3.3. Da relação de peças e ou material, a licitante deverá escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

Na sequência, na página 19, a licitante menciona duas vezes a Revista Destaque Magazine na programação de anúncios, o que se comporta como ilógico, já que não há lógica objetiva na programação de mídia com o mesmo anúncio/ arte, vejamos:

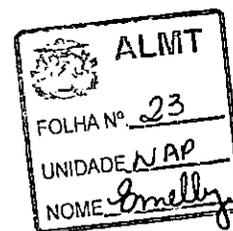
Veículo: Revista Destaque Magazine, por atingir um maior número de público-alvo e maior distribuição no estado de MT.  
Anúncio 1 pagina.  
Período: 01/05/2019 a 30/05/2019.  
Veículo: Revista Destaque Magazine, por atingir um maior número de público-alvo e maior distribuição no estado de MT.  
Anúncio 1 pagina.  
Período: 01/05/2019 a 30/05/2019.

Ainda na página 19, a licitante afirma que veiculará num *full banner* 460x80 no Site G1/TVCA, contudo, este site não tem nenhum tipo de mídia neste formato, veja:

Full Banner 460 x 80 pixels.  
Período: 01/05/2019 a 30/05/2019.  
Site: Midia News, por atingir um público formador de opinião que busca notícias do dia-a-dia acima de 25 anos e por possuir em seu conteúdo jornalístico assuntos ligados ao agronegócio.

SITE G1 MATO GROSSO	468x60PX	30 dias	20 000,00	01 a 30/05/2019	Site de informação e notícia. Entregam mais de 20 mil acessos diários.
Full Banner					

Ato contínuo, na página 25 a licitante destaca as peças a serem produzidas em animação de um *full banner*, porém na sua proposta de mídia ela acaba por aderir a uma veiculação em diversos formatos, o que representa uma discrepância no orçamento de R\$ 8.400,00 (7 formatos x 1.200,00), senão vejamos:



Veículos	Formato	Total de Inserções	Total em R\$	Período	Observação
SITE OLHAR DIRETO	640x100PX	30 dias	38.500,00	01 a 30/05/2019	Site de informação e notícia. Entregam mais de 20 mil acessos diários.
Full Banner					
SITE CELEIRO DO NORTE	468x80PX	30 dias	7.600,00	01 a 30/05/2019	Site de informação e notícia. Entregam mais de 3 mil acessos diários.
Full Banner					

SITE NOTÍCIAS DE MATO GROSSO	488x80PX	30 dias	10.710,00	01 a 30/05/2019	Site de informação e notícia. Entregam mais de 8 mil acessos diários.
Full Banner					
SITE MÍDIA NEWS	825x120PX	30 dias	38.450,00	01 a 30/05/2019	Site de informação e notícia. Entregam mais de 2 milhões acessos diários.
Full Banner					
SITE RÔNEWS	670x90PX	30 dias	29.839,00	01 a 30/05/2019	Site de informação e notícia. Entregam mais de 12 mil acessos diários.
Full Banner					
SITE REPORTER MT	880x115PX	30 dias	53.700,00	01 a 15/05/2019	Site de informação e notícia. Entregam mais de 20 mil acessos diários.
Full Banner					
SITE CORREIO VG	630x90	30 dias	9.000,00	01 a 30/05/2019	Site de informação e notícia. Entregam mais de 7 mil acessos diários.
Full Banner					
SITE G1 MATO GROSSO	468x60PX	30 dias	20.000,00	01 a 30/05/2019	Site de informação e notícia. Entregam mais de 20 mil acessos diários.
Full Banner					
SITE GAZETA DIGITAL	870x90	30 dias	42.093,00	01 a 30/05/2019	Site de informação e notícia. Entregam mais de 15 mil acessos diários.
Full Banner					

Nessa mesma página 25, não há qualquer menção da redução do jingle de 30” para o spot de 30”.

Na página de nº 37, a licitante salienta que veiculará cinco anúncios de ½ página no Jornal a Gazeta (06colx25cm) por R\$ 39.000,00, entretanto, o cm/col no jornal custa R\$ 596,00, o que demonstra que a mídia seria no valor de R\$ 89.400,00 por anúncio x 5, resultaria em R\$ 447.000,00 e não em R\$ 39.000,00 como apresentado, veja:

### TABELA DE PREÇOS EM VIGOR A PARTIR DE JANEIRO 2019

\* DESCONTOS PROGRESSIVOS

Preços por cm/col. em REAL.

	DIAS ÚTEIS	DOMINGO
1ª Página	4.882,00	6.559,00
3ª Página	2.744,00	3.578,00
Página Determinada	753,00	988,00
Página Indeterminada	596,00	788,00
1º e 2º Caderno	690,00	889,00
Caderno Determinado	620,00	707,00

Também na página 37, o Jornal Correio Várzeagrandense mencionado na proposta de mídia não existe mais, foi desativado em Dezembro de 2018, veja:

JORNAL CORREIO VARZEA GRANDENSE	½ Página	5	18.250,00	01 a 30/05/2019	Tiragem 5.000
Anuncio ½ Página					



ALMT  
 FOLHA Nº 24  
 UNIDADE NAP  
 NOME Emelly

Na sequência, na página 39, o valor utilizado pela licitante na revista RDM está errado, vez que, enquanto custa na realidade R\$ 16.000,00, ela considerou apenas R\$ 9.000,00 no orçamento de mídia, veja:

• Validade da Tabela.  
 01 / 01 / 2019 a 31 / 12 / 2019

 Página Dupla 41,0 x 27,5 cm R\$ 27.860,00	 1. Página 20,5 x 27,5 cm R\$ 17.140,00 (Determinada) R\$ 16.000,00 (Indeterminada)	 Meia Página 20,5 x 135 cm R\$ 9.000,00
--	--	--

Especificações

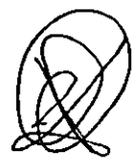
Ademais, a verba da agência CRIARI ultrapassou o limite permitido no edital R\$ 395.510,00, dando um total de R\$ 2.195.510,00, veja:

Resumo do Investimento em mídia por meio			
Meio	Período	Verba	% na verba total de veiculação
TV	01 a 30/05/2019	R\$ 809.817,00	48,3%
Jornal	01 a 30/05/2019	R\$ 152.359,20	9,2%
Rádio	01 a 30/05/2019	R\$ 325.135,00	19,5%
Revista	01a 30/05/2019	R\$ 47.946,80	3%
Internet	01a 30/05/2019	R\$ 250.792,00	15%
Outdoor	01a 30/05/2019	R\$ 46.750,00	2,1%
Empena	01a 30/05/2019	R\$ 20.000,00	1,5%
Facebook/Instagram	01a 30/05/2019	R\$ 10.000,00	0,6%
Google ADS/Youtube	01a 30/05/2019	R\$ 8.000,00	0,5%
Twitter	01a 30/05/2019	R\$ 5.000,00	0,3%
Total		R\$ 1.875.800,00	100%

Resumo do Investimento da produção por peça		
Meio	Verba	% na verba total de produção
1 Produção de VT 60"/30"	R\$ 62.560,00	64%
1 Produção de Jingle 60"	R\$ 4.000,00	4,1%
Animação de 1 Full Banner	R\$ 1.200,00	1,2%
55 Produção de Outdoor	R\$ 13.750,00	14,1%
50.000 Folder	R\$ 12.000,00	12,5%
Adesivo	R\$ 1.500,00	1,5%
1 Empena	R\$ 2.500,00	2,6%
Total	R\$ 97.510,00	100%

Assim, é indene que a licitante também descumpriu o edital no que tange a referência sobre a verba referencial, pois se calculado sob as premissas corretas, ele ultrapassará o valor de R\$ 1.800.000,00, descumprindo, portanto, o anexo 6 do edital (Briefing), o que, então, enseja a sua desclassificação.



III.V – DA INCONFORMIDADE DA VERBA TOTAL DE MÍDIA E DAS INCOERÊNCIAS DA PROPOSTA DA NFN (CAIXA 20)

Igualmente a agência anterior, também a agência NFN equivocou-se na quantificação de sua proposta, já que mesmo que tenham mencionado a utilização de animação de um *Full Banner*, eles veicularam em sites diferentes com formatos diferentes, vejamos:

PRODUÇÃO - MÍDIA			
Serviço	Quantidade	Valor Bruto	%
VT - 30"	1	R\$ 6.620,00	18%
Spot - 30"	1	R\$ 800,00	2%
Outdoor - Cartaz Papel	92	R\$ 25.080,00	68%
Busdoor - Adesivo	20	R\$ 2.800,00	8%
➔ Animação banner site	1	R\$ 250,00	1%
Mobile de teto	5	R\$ 404,00	1%
Produção de Foto	4	R\$ 1.000,00	3%
<b>Total de Produção</b>		<b>R\$ 36.954,00</b>	<b>100%</b>

Ora, vê-se, pois, que na animação dos formatos de *banners* foi adicionado somente uma animação de banner, porém as mídias propostas tem variações de formatos de acordo com as tabelas sugeridas.

Nessa senda, se sanados os equívocos, a licitante extrapola a verba destinada ao planejamento, veja:

PRODUÇÃO - MÍDIA			
Serviço	Quantidade	Valor Bruto	%
VT - 30"	1	R\$ 6.620,00	18%
Spot - 30"	1	R\$ 800,00	2%
Outdoor - Cartaz Papel	92	R\$ 25.080,00	68%
Busdoor - Adesivo	20	R\$ 2.800,00	8%
Animação banner site	1	R\$ 250,00	1%
Mobile de teto	5	R\$ 404,00	1%
Produção de Foto	4	R\$ 1.000,00	3%
<b>Total de Produção</b>		<b>R\$ 36.954,00</b>	<b>100%</b>

Total Geral		
Mídia	R\$ 1.763.045,45	98%
Produção - Mídia	R\$ 36.954,00	2%
<b>Total</b>	<b>R\$ 1.799.999,45</b>	<b>100%</b>



Serviço	Veículo	Preço	Nº Inserções	Período de veiculação	Valor bruto	%
Site	Mídia News	Cuiabá	30	01 a 30/03/2019	R\$ 38.450,00	11%
Site	Olhar Direto	Cuiabá	30	01 a 30/03/2019	R\$ 39.500,00	11%
Site	24 Horas News	Cuiabá	30	01 a 30/03/2019	R\$ 25.950,00	7%
Site	Gazeta Digital	Cuiabá	30	01 a 30/03/2019	R\$ 42.093,00	12%
Site	RD News	Cuiabá	30	01 a 30/03/2019	R\$ 30.687,75	9%
Site	Primeira Hora	Rondonópolis	30	01 a 30/03/2019	R\$ 25.773,00	7%
Site	50 Notícias	Sinop	30	01 a 30/03/2019	R\$ 21.000,00	6%
Site	Tangará Online	Tangará da Serra	30	01 a 30/03/2019	R\$ 34.500,00	10%
Site	Caceres Noticias	Cáceres	30	01 a 30/03/2019	R\$ 4.500,00	1%
Site	Portal Sorriso	Sorriso	30	01 a 30/03/2019	R\$ 24.000,00	7%
Site	Canário MT	Lucas do Rio Verde	30	01 a 30/03/2019	R\$ 11.200,00	3%
Site	Clique F3	Prizavera do Leste	30	01 a 30/03/2019	R\$ 5.000,00	1%
Site	A Gazeta Vale do Araguaia	Barra do Garças	30	01 a 30/03/2019	R\$ 1.020,00	0%
Site	Noticias Exatas	Alta Floresta	30	01 a 30/03/2019	R\$ 7.654,60	2%
Site	Folha Regional Online	Ponte e Leãoida	30	01 a 30/03/2019	R\$ 5.400,00	2%
Site	Diário Norte	Nova Mutum	30	01 a 30/03/2019	R\$ 1.200,00	0%
Site	Campo Verde News	Campo Verde	30	01 a 30/03/2019	R\$ 2.700,00	1%
Site	Julina News	Julina	30	01 a 30/03/2019	R\$ 2.000,00	1%

ALMT  
 J. HA Nº 26  
 UNIDADE NAP  
 E. Smelly

Isso se diz, pois, todos estes formatos que foram propostos nas mídias possuem variações seguindo os valores sugeridos, de modo que evidentemente que os mesmos teriam animações diferentes o que deveriam ser cobrados nos valores de produção, como por exemplo: ( i ) 825x120 – site midia News; ( ii ) 940x100 – site olhar direto; e ( iii ) 870x90 – site gazeta digital.

Considerando a correção desses equívocos depreender-se-á que, 18 formatos X 250 resultam em R\$ 4.500,00, de sorte que a licitante está descumprindo o edital e extrapolando a verba de fornecimento em R\$ 4.249,50, já que seu orçamento resulta no valor de R\$ 1.799.749,50.

Por essas razões, também a licitante NFN descumpriu o edital (anexo 6 Briefing) no que tange a referência sobre a verba total de fornecimento, pois se calculado sob as premissas corretas, ele ultrapassará em R\$ 4.249,50, já que seu orçamento resulta no valor de R\$ 1.799.749,50, o que, então, enseja a sua desclassificação.

#### IV – DO PEDIDO

Pelo exposto, é o presente para requerer, se dignem Vossas Senhorias, em receber e dar provimento ao presente recurso para:

- Declarar a nulidade da decisão da subcomissão tendo em vista que, inobstante entenderem pela desclassificação da recorrente, deveria nos termos dos artigos 6º §2º e 11º ambos da lei 12.232/10 ter avaliado e atribuído pontuação ao conteúdo do invólucro nº 1 da proposta técnica (contendo o raciocínio básico, estratégia de

- comunicação, ideia criativa e etc...) da recorrente, sendo pois, essa omissão, uma afronta ao princípio da legalidade e também ao edital, sobretudo o item 12.8.9.

b) Decretar a nulidade dos atos da subcomissão, bem como da ata da segunda sessão, tendo em vista que, nos termos do item 12.1.1 do edital, bem como do artigo 11 §4º incisos IV e VI da lei 12.232/10, deveria ter feito constar em ata as razões da desclassificação da recorrente, bem como a pontuação do invólucro nº1, com a devida análise e julgamento da proposta técnica;

c) Que a subcomissão reconsidere a decisão de desclassificação da recorrente, porquanto sua opção pelo papel "Glossy" não descumpra o edital, porquanto é *offset* e possui o tamanho (A3) e a gramatura (90g) compatíveis aos dispostos pelo edital do certame. Destarte, inabilitá-la exclusivamente pela utilização de papel diferente do A3 ou A4 mas com eles compatível, se revela como um apego desarrazoado a formalismo exacerbado que, portanto, sobreleva o princípio da vinculação ao edital ao próprio interesse da administração pública em ampliar a concorrência e obter a melhor proposta para a administração.

d) No mais, analisando o julgamento apresentado pela subcomissão, a recorrente requer a desclassificação das agências DMD e +2 Comunicação por apresentarem o *guide* em desacordo com a recomendação da administração quanto ao dever de utilização do *Guide* na forma das respostas aos pedidos de esclarecimento nº 18 e 20; e, das agências: ( i ) CRIARI por afronta ao item 6.2.3.1 do edital bem como por extrapolar a verba referencial, afrontando, portanto, o anexo 6 do edital (Briefing); ( ii ) NFN por afronta ao item 6.2.3.1 do edital bem como por extrapolar a verba referencial, afrontando, portanto, o anexo 6 do edital (Briefing); e, ainda, ( iii ) da TIS, por desatender o item 11.15 do edital do edital,

Nestes termos, Pede Deferimento.

Cuiabá/MT, 15 de maio de 2019.

CASA D'IDEIAS PROPAGANDA E MARKETING LTDA - EPP

Recorrente



CRISPIM  
IPONEMA  
BRASIL

Presidente da

CASA D'IDEIAS



ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ  
ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ ԵՎ  
ՏՐՈՒՄԱԿԱՆ ԳՐԱԴԱՐԱՆԻ  
ՄԻՆԻՍՏԵՐԻՍՏՐԱՆ

• • •