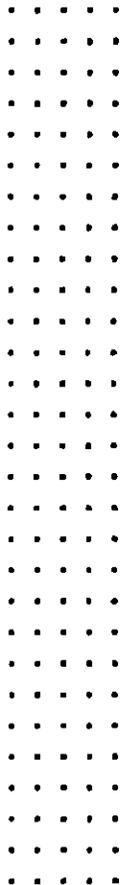


A AUTORIDADE SUPERIOR COMPETENTE  
A COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
A SUBCOMISSÃO TÉCNICA

REF: Razões de Recurso Administrativo - Concorrência 001/2019



LUIZ G RODRIGUES, GENIUS PUBLICIDADES, CNPJ: 26.787.440/0001-24, com sede na Avenida Antartica nº 1111, RIBEIRAO DA PONTE, na Cidade de Cuiaba, estado do Mato Grosso, vem através de seu sócio proprietário, apresentar as suas **RAZÕES DE RECURSO ADMINISTRATIVO**, frente as decisões da subcomissão técnica em pontuar algumas empresas, classificar algumas empresas, e frente a defesa da Recorrida sobre os pontos alegados em descontento em julgamento, pelos fatos e direitos a seguir expostos:

◉ Av. Antártica, 1.111  
Santa Rosa. Cuiabá - MT  
☐ 78040-000  
☎ 65 3317-2302

## 1 - DA TEMPESTIVIDADE

Do edital:

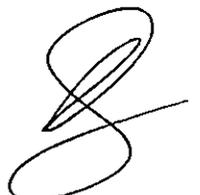
13. RECURSOS ADMINISTRATIVOS 13.1. Dos atos decisórios ou que resultem aplicação de penalidade cabe recurso, interposto na forma impressa, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata. 13.1.1. A intimação dos atos decisórios será feita mediante publicação na imprensa oficial, salvo para as decisões sobre o recebimento e julgamento das propostas e sobre a habilitação ou inabilitação de licitantes, se presentes os prepostos das licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata. 13.1.2. A intimação da aplicação da penalidade será realizada por notificação direta à licitante. 13.2. O recurso contra o julgamento das propostas e o contra habilitação ou inabilitação de licitantes terá efeito suspensivo, e o seu acolhimento importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento. 34 13.2.1. A Comissão poderá, motivadamente, atribuir efeito suspensivo ao recurso contra os demais atos. 13.3. A continuidade da reunião de licitação, no caso de interposição de recurso, será comunicada aos interessados por e-mail. 13.4. Os recursos interpostos serão comunicados às partes interessadas, que poderão apresentar contrarrazões no prazo de 5 (cinco) dias úteis a partir do término do prazo do recorrente, sendo-lhes assegurada vistas dos elementos indispensáveis à defesa dos seus interesses. 13.5. O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, que poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, neste mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, para decisão. 13.6. Os recursos interpostos fora do prazo legal e ou subscritos por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para responder pela licitante não serão conhecidos.

Data da sessão: 09/05/2019

Data final para a apresentação dos recursos: 16/05/2019

Data da apresentação de nosso recurso: 15/05/2019

Portanto, tem-se o presente recurso como tempestivo, devendo ser apreciado e julgado em conformidade com a legislação e os princípios licitatórios.



## 2 - DOS FATOS

Em data de 09/05/2019 foi publicado a ata de julgamento das propostas técnicas e apresentado em sessão as notas e classificações das empresas licitantes.

Ocorre que algumas empresas devem ser desclassificadas, por não cumprirem com cláusulas desclassificadoras. Ainda, outras empresas deverão ter suas notas reduzidas, e pôr fim a nossa nota ser majorada, pelos motivos de fato e direito que passaremos a transcorrer.

## 3 - DOS DIREITOS

a) CRIARI COMUNICAÇÃO LTDA - EPP - CNPJ: 12.821.640/0001-41

### ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

I - Tabela de Preço - Jornal A Gazeta utilizada na mídia desta agencia, está com o valor incorreto.

O edital diz:

6.2.4.3. A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

I - os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;

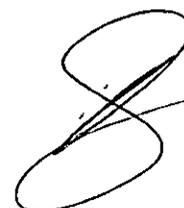
II - deve ser desconsiderado o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;

III - devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

Página 18 da Licitante - Simulação distribuição de Jornal

Jornal A Gazeta

Valor lançado na licitação: R\$ 39.000,00 para 5 inserções de ½ cada.





Na estratégia de mídia, não cita a localização da 1/2 página, nem se a mesma é determinada ou indeterminada e nem o dia de veiculação, pois a tabela difere valor para dias úteis e domingo.

Simulação do Plano de Distribuição: Mídia impressa jornal

Veículos	Formato	Total de Inserções	Total em R\$	Período	Observação
JORNAL A GAZETA - Cuiabá	1/2 Página	5	39.000,00	21 a 30/05/2019	Tiragem 25.000
Anúncio 1/2 Página					

O que seria correto?

Valor correto referente a tabela padrão do veículo: R\$ 89.400,00 para 1 inserção de 1/2 página (1/2 página indeterminada conforme tabela padrão dias úteis).

Cálculo feito da seguinte forma: 1/2 página 6colx25cm alt =150cm/col X R\$ 596,00 (1/2 página indeterminada conforme tabela padrão dias úteis) = R\$ 89.400,00 para 1 inserção.

**A GAZETA** Jornal

TABELA DE PREÇOS  
**2019**

**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 Destacada	752,00	988,00
Página Indeterminada	596,00	788,00
1º e 2º Caderno	550,00	889,00
Caderno Indeterminado	520,00	707,00

Se considerar as cinco inserções (conforma o mapa da licitante CRIARI) vezes o valor de tabela de R\$ 89.400,00 (referente a 1/2 página indeterminada) vamos ter um total de R\$ 447.000,00 e não R\$ 39.000,00 como consta na proposta da CRIARI.

Se considerado o valor real de tabela o plano de mídia da CRIARI ultrapassa a verba estabelecida no edital, e, portanto, deve ser desclassificada.

Q Av. Antártica, 1.111

Santa Rosa, Cuiabá - MT

☎ 78040-000

☎ 65 3317-2302

Vale ressaltar que quando um licitante usa um valor com desconto ele passa a competir com deslealdade contra os outros licitantes.

Como exemplo, esta Recorrente deixou de se utilizar o Jornal A Gazeta por ter o mesmo o valor mais alto dos Jornais, e, portanto, poderia estourar o limite da verba para realização da campanha.

A própria lei nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010, já garante que a empresa incorreu em motivo desclassificatório, vejamos:

*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:*

...

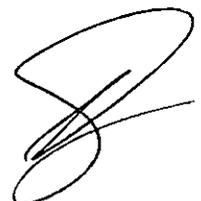
*V - análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º desta Lei, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;*

Ainda, o edital prevê as hipóteses de desclassificação:

*9.4. Será desclassificada a licitante que:*

*I - não observar as determinações e as exigências deste Edital;*

A desclassificação da empresa CRIARI deve ocorrer com base no artigo acima referenciado, tendo em vista que o edital de licitação na página 74 informa da seguinte forma:





II - Orçamento de produção - Foi cobrado no orçamento de produção apenas a animação de 1 banner para site, porém na mídia foram contemplados 7 banners com formatos diferentes.

Página 12 - Resumo de investimento de produção por peça

Conforme anexo, a licitante CRIARI coloca: Animação de 1 full banner - R\$ 1.200,00

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%
<b>Total</b>	<b>R\$ 97.510,00</b>	<b>100%</b>

Página 20 e 21 - Simulação distribuição de Mídia Digital

7 formatos de banners diferentes (940x100 / 468x60 / 825x120 / 670x90 / 860x115 / 630x90 / 870x90).

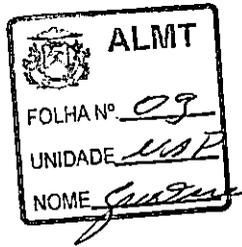
Simulação do Plano de Distribuição - Mídia Digital

Veículos	Formato	Total do Inserções	Total em R\$	Período	Observação
SITE OLHAR DIRETO	940x100PX	30 dias	39.500,00	01 a 30/05/2019	Site de informação e notícia. Entregam mais de 20 mil acessos diários.
Full Banner					
SITE CELEIRO DO NORTE	468x60PX	30 dias	7.500,00	01 a 30/05/2019	Site de informação e notícia. Entregam mais de 3 mil acessos diários.
Full Banner					

SITE NOTÍCIAS DE MATO GROSSO	468x60PX	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 RDNEWS	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 REPÓRTER MT	860x115PX	30 dias	53.700,00	01 a 30/05/2019	Site de informação e notícia. Entregam mais de 10 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 O 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	47.000,00	01 a 30/05/2019	Site de informação e notícia. Entregam mais de 15 mil acessos diários.
Full Banner					

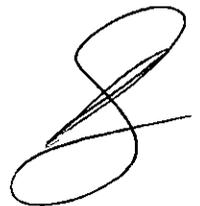
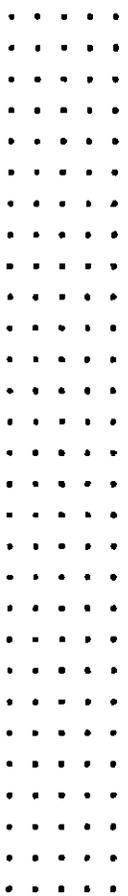
Q Av. Antártica, 1.111  
 Santa Rosa, Cuiabá - MT  
 ☎ 78040-000  
 ☎ 65 3317-2302





Ainda que a agência alegue que são R\$ 1.200,00 para os 7 banners, a mesma estaria faltando com a verdade, pois na tabela informada pela mesma, é inserido da seguinte forma: ANIMAÇÃO DE 1 FULL BANNER, e não 7.

Mais uma vez a empresa CRIARI comete a tentativa de diminuir custos os omitindo. Se 1 animação é 1.200,00, 9 animações são R\$ 8.400,00, portanto a empresa omite em seu orçamento o valor de 7.200,00, novamente atuando em deslealdade frente as campanhas de seus concorrentes, e na mesma forma legal do tópico anterior, a mesma deve ser desclassificada, pois "corrigindo" o seu orçamento (mesmo isso não sendo possível) o mesmo ultrapassa os limites estabelecidos em edital, e portanto deve ser desclassificado conforme artigo 11, parágrafo 4º, inciso V da Lei nº 12.232, DE 29 de abril de 2010, e Item 9.4 do instrumento convocatório.



III- Valor de produção - Empena na Avenida do CPA, o valor está incoerente com o que é cobrado pelo mercado.

Quando um cliente pede para colocar uma grande empena em uma das avenidas mais movimentadas da cidade de Cuiabá, quais seriam as perguntas dele antes de autorizar um serviço? Vamos exemplificar.

- Em qual tamanho e formato iremos colocar? 25x5m
- Quando custará a colocação? 20.000,00
- Quanto custará a impressão? CRIARI não responde de forma correta.

De todas as perguntas acima referenciadas, apenas 2 foram plenamente respondidas pela licitante, qual seja o formato, que será de 25x5m e o valor de 20.000,00 pela utilização do espaço por 30 dias.

Os mesmos ainda responderam o valor da impressão, porém esta informação não é verossímil, tendo em vista os valores usualmente praticados nesta cidade pelo comércio são 4 vezes maiores do que o apresentado pela Recorrida, como veremos a seguir.

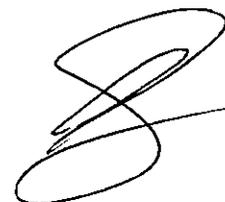
comunicação, na busca da melhor relação custo/benefício.

Resumo do Investimento em mídia por meio			
Meio	Periodo	Verba	% na verba total de veiculação
TV	01 a 30/05/2019	RS 809.817,00	48,3%
Jornal	01 a 30/05/2019	RS 152.359,20	9,2%
Rádio	01 a 30/05/2019	RS 325.135,00	19,5%
Revista	01a 30/05/2019	R\$ 47.946,80	3%
Internet	01a 30/05/2019	RS 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%
Twiter	01a 30/05/2019	R\$ 5.000,00	0,3%
Total		RS 1.675.800,00	100%

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

PERSONALITE COMUNICAÇÃO					
Empena - Cuiabá	25x5m	30 dias	20.000,00	01 a 30/05/2019	Empena de grande impacto visual, localizada na Av do CPA
Total			66.750,00		



Conforme pode ser visto nos quadros apresentados pela empresa CRIARI, a mesma informa que o custo da empena será de R\$ 20.000,00 e sua impressão R\$ 2.500,00, (porém a verba destinada para a produção dessa lona é insuficiente para a produção da mesma), totalizando R\$ 22.500,00, ocorre que, conforme orçamento colhido com a mesma empresa que a Recorrida informou em sua estratégia, a mesma cobrou nada menos que R\$ 8.900,00 para a impressão desta mesma empena, portanto o valor correto seria o total de R\$ 28.900,00.

Vejamos o orçamento:



Cuiabá 14 de março de 2019.

A  
GENIUS  
A/C TÁSSIA

Prezado Cliente, é com prazer que apresentamos nossa proposta de preço do(s) produto(s) /serviço(s) conforme especificados abaixo:

ITEM	ENDEREÇO	QUANT	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL MENSAL
01	PRODUÇÃO ABRIGO DE ONIBUS - Adesivo Vinil 0,10, impressão digital com instalação. Medida: 2,00x1,00m.	25	R\$ 120,00	RS 3.000,00
02	PRODUÇÃO BUSDOOR - Adesivo Vinil 0,10, impressão digital com instalação. Medida: 2,30x1,00m.	30	R\$ 120,00	RS3.600,00
03	PRODUÇÃO - Lona 480 g Impressão digital acabamento solda bainha e ilhós 20 em 20 cm, com instalação. Medida: 10,00x4,00m. FRONT LIGHT N° 08 - AV. MIGUEL SUTIL - PROXIMO TODDHO HOME CENTER	01	RS 1.800,00	RS 1.800,00
04	PRODUÇÃO - Adesivo Blockout, impressão digital com instalação. Medida: 25,00x5,00m. EMPENA N° 19- AV. DO CPA-SHOPPING PANTANALCENTRO/BAIRRO	01	RS 8.900,00	RS 8.900,00

ERIANE CORRÊA

*Eriane*  
CNPJ: 03 996 979/0001-981  
PERSONALITÊ MÍDIA EXTERIOR  
PRODUTOS PROMOCIONAIS E FELI ME  
Av. General Média, Nº 2620  
Bairro: Grande Fátima

Mais uma vez a empresa CRIARI comete a tentativa de diminuir custos os omitindo, e novamente atuando em deslealdade frente as campanhas de seus concorrentes, e na mesma forma legal do tópico anterior, a mesma deve ser desclassificada, pois "corrigindo" o seu orçamento (mesmo isso não sendo possível) o mesmo ultrapassa os limites estabelecidos em edital, e portanto deve

Q Av. Antártica, 1.111

Santa Rosa. Cuiabá - MT

L 78040-000

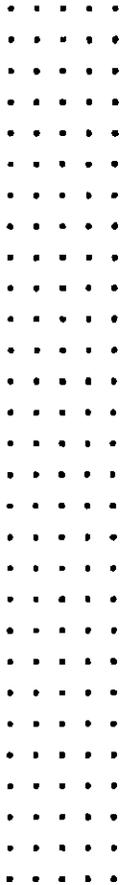
C 65 3317-2302





	ALMT
FOLHA Nº	12
UNIDADE	MAP
NOME	José

ser desclassificado conforme artigo 11, parágrafo 4º, inciso V da Lei nº 12.232, DE 29 de abril de 2010, e Item 9.4 do instrumento convocatório.



Q Av. Antártica, 1.111  
Santa Rosa. Cuiabá - MT  
☐ 78040-000  
☎ 65 3317-2302

**IV - A licitante CRIARI consta no plano de mídia a veiculação na TVCA (afiliada da Rede Globo).**

- Mídia TV
- TV Centro América afiliada a Rede Globo veiculação proporcionando um grande alcance a população.
- Os programas escolhidos são dos mais variados para atingir o público feminino e masculino, classe ABCDE, 16 E+ , com duas etapas sendo uma com VT 60" e outra com VT 30" para economicidade da campanha.
- Programação 1ª Etapa VT 60" - Período: 01/05/2019 a 05/05/2019.
- Programação 2ª Etapa VT 30" - Período: 06/05/2019 a 30/05/2019
- Para um maior destaque lançamos a campanha com o VT de 60" no Jornal Nacional nos telejornais, Bom dia Brasil, Bom dia Mato Grosso, MITV 1ª Edição, e Fantástico, linha programa de variedades como Mais Você e Novela 1.
- Praça: Estado de MT
- Para o VT 30" Seguimos com a mesma programação de lançamento da campanha. A escolha dos programas da TV Centro América foi feita de acordo com a afinidade e o público-alvo da campanha.

Simulação do Plano de Distribuição - Mídia TV

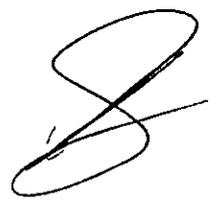
Veículos	Formato	Total de Inserções	Total em R\$	Período
<b>TV CENTRO AMERICA - ESTADO</b>				
Fantástico	60"	1	22.299,00	01 a 05/05/2019
Bom dia Brasil	60"	3	14.406,00	
Bom dia Mato Grosso	60"	3	11.820,00	
Mais Você	60"	3	11.118,00	
MITV 1ª Edição	60"	3	26.952,00	
Novela 1	60"	2	19.600,00	
Jornal Nacional	60"	2	51.736,00	
<b>Total</b>		<b>17</b>	<b>157.930,00</b>	
<b>TV VILA REAL - RECORD - CUIABÁ</b>				

A Recorrida, apresentou em sua estratégia, inserções na TV Centro América - ESTADO (afiliada da rede Globo), ocorre que não foi apresentado orçamento de Entrega/link digital nos investimentos por peças. Este orçamento de Entrega/link é um formato padrão e OBRIGATÓRIO de entrega de filmes para a Rede Globo. Sem esse LINK é impossível liberar o filme para a veiculação.

Abaixo colamos o e-mail enviado pela TV Centro América em Julho de 2018 a todas as agências.

Como pode ser verificado, o valor a ser cobrado por entrega é 230,00 para a capital e 375,00 pelas praças, quais sejam, Tangará da Serra, Rondonópolis e Sinop, portanto, o valor a ser investido além da veiculação é de R\$ 1.355,00 por inserção no estado, portanto, o valor omitido pela mesma foi de R\$ 6.775,00.

Mais uma vez a empresa CRIARI comete a tentativa de diminuir custos os omitindo, e novamente atuando em deslealdade frente as campanhas de seus concorrentes, e na mesma forma legal do tópico anterior, a mesma deve ser desclassificada, pois "corrigindo" o seu orçamento (mesmo isso não sendo possível) o mesmo ultrapassa os limites estabelecidos em edital, e portanto deve ser desclassificado conforme artigo 11, parágrafo 4º, inciso V da Lei nº 12.232, DE 29 de abril de 2010, e Item 9.4 do instrumento convocatório.



## A entrega digital de materiais está chegando!

A TV Centro América fará uma mudança importante para consolidar um ambiente 100% digital em suas operações.

A partir de 1º de Agosto a TV Centro América adotará a entrega digital dos materiais comercializados em seus 4 mercados: Cuiabá, Rondonópolis, Sinop e Tangará da Serra. A partir dessa data não será mais aceita a entrega de materiais em XDCAM.

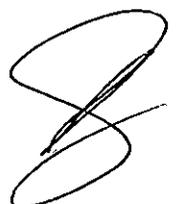
Com a mudança, o comercial deverá ser enviado via nuvem, através dos players Adstream, Adtoox, A+V Zappa e Valf Sweet Spot, já homologados pela emissora. Esses fornecedores especializados já trabalham com a Rede Globo desde 2016 e estão dentro das adequações técnicas necessárias para atender às demandas do mercado publicitário na entrega dos materiais.

O valor para cada sinal de exibição será de R\$230,00 para a mesma área de cobertura da localidade da agência e R\$375,00 para exibições em cobertura diferente. O faturamento será feito diretamente pela TV Centro América contra agências/anunciantes. Os players não cobrarão nenhum valor relativo a esse serviço específico.

## Faça o cadastro e realize testes!

Lembramos que a escolha do player é do cliente/agência. Entre em contato com o player de sua preferência e faça seu cadastro. O cadastro pode ser feito em quantos parceiros o cliente/agência preferir.

PLAYER	E-MAIL	TELEFONE
Adtoox	<a href="mailto:contato@adtoox.com">contato@adtoox.com</a>	0800 866 8995
A + V Zappa	<a href="mailto:atendimento@amvz.com.br">atendimento@amvz.com.br</a>	0800 560 0979
Adstream	<a href="mailto:atendimento@adstream.com">atendimento@adstream.com</a>	0800 941 9777
Valf	<a href="mailto:contato@valftrack.com">contato@valftrack.com</a>	0800 144 8417



IV - Na estratégia de Mídia é mencionado adaptações do vídeo para a redes sociais, porém não há cobrança de produção dessas adaptações do vídeo.

Redes Sociais da Assembleia Legislativa de Mato Grosso  
FACEBOOK E INSTAGRAM

Publicação Orgânica - Feed e Stories

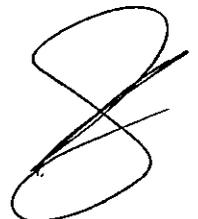
Objetivo: Divulgação da Campanha

Público: Seguidores da Página / Seguidores do Perfil

Conteúdo: Imagem Post com Texto / VT Adaptado para Mídia Social e Imagem Post Adaptada para Stories / Video VT Adaptado para Stories

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%

Mais uma vez a empresa CRIARI comete a tentativa de diminuir custos os omitindo, e novamente atuando em deslealdade frente as campanhas de seus concorrentes, e na mesma forma legal do tópico anterior, a mesma deve ser desclassificada, pois "corrigindo" o seu orçamento (mesmo isso não sendo possível) o mesmo ultrapassa os limites estabelecidos em edital, e portanto deve ser desclassificado conforme artigo 11, parágrafo 4º, inciso V da Lei nº 12.232, DE 29 de abril de 2010, e Item 9.4 do instrumento convocatório.



### V- Erro na aplicação da marca

O edital diz:

**OUTRAS QUESTÕES:** Deverá ser utilizada a marca oficial da ALMT que poderá ser encontrada site <http://www.al.mt.gov.br/>.

O Manual da Marca foi devidamente disponibilizado juntamente ao edital, e o mesmo vem como forma de regradar o edital, trazendo à eficácia os princípios da legalidade e isonomia.

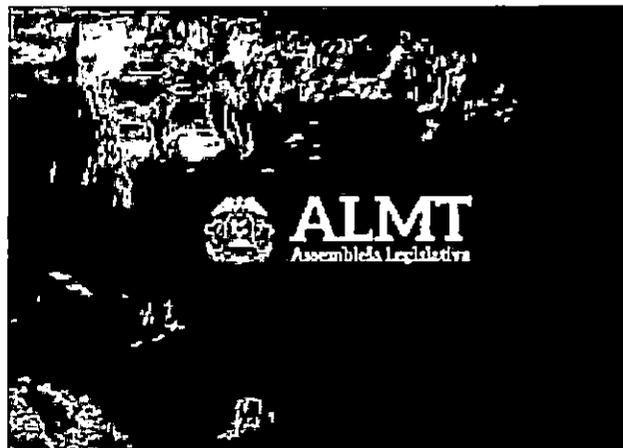
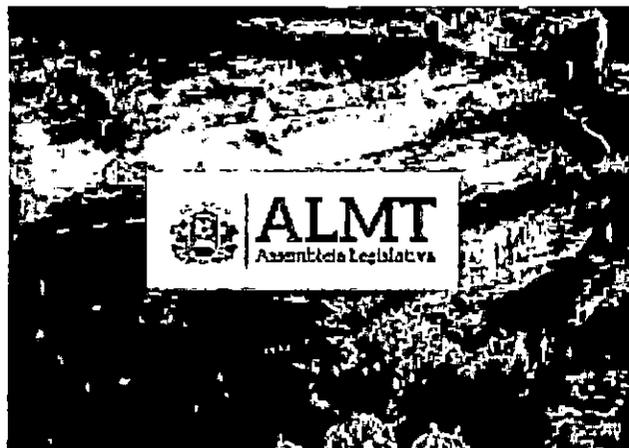
Conforme o edital informa é OBRIGATÓRIA a utilização da marca oficial da ALMT, e por consequência todas as suas aplicações, conforme manual disponibilizado.

Disponível em:  
<https://www.al.mt.gov.br/storage/webdisco/publicacao/1453914585.pdf>

Como já fomos desclassificados em uma situação idêntica a esta, juntamente com mais 7 agências em outra concorrência no estado do Mato Grosso, cremos que é imperioso, que a empresa que comete equívocos na utilização ou aplicação da marca ou slogan devidamente disponibilizado, incide em ser desclassificada.

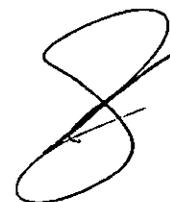
Vejamos os erros da empresa CRIARI.

O manual informa da seguinte forma:



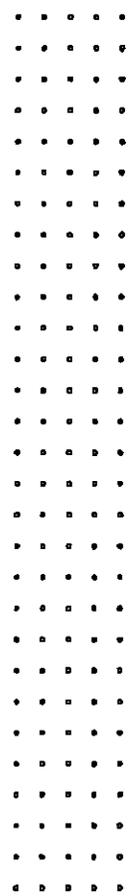
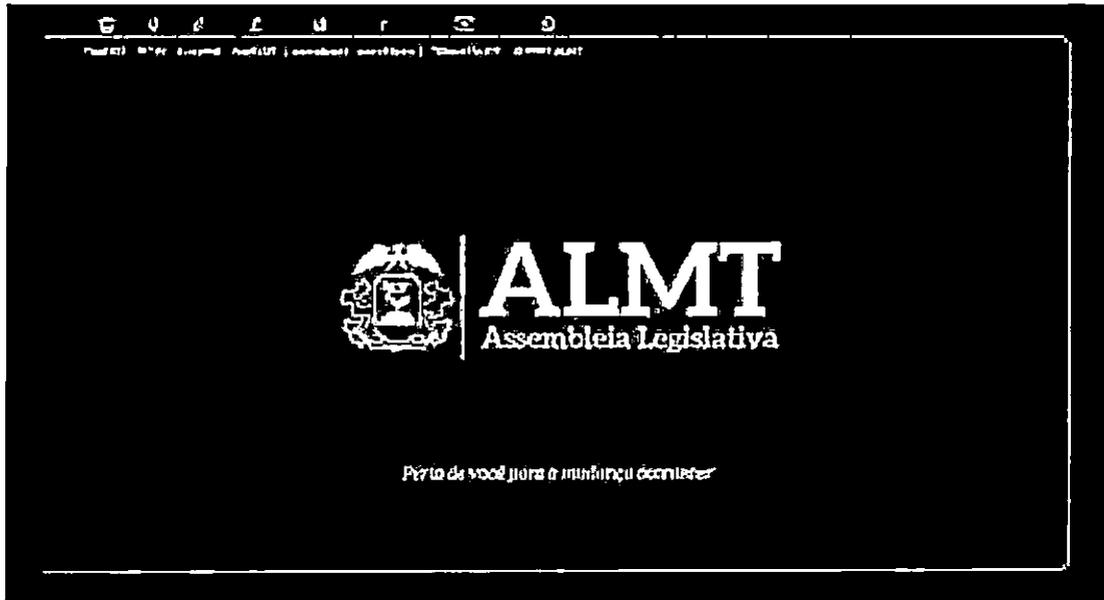
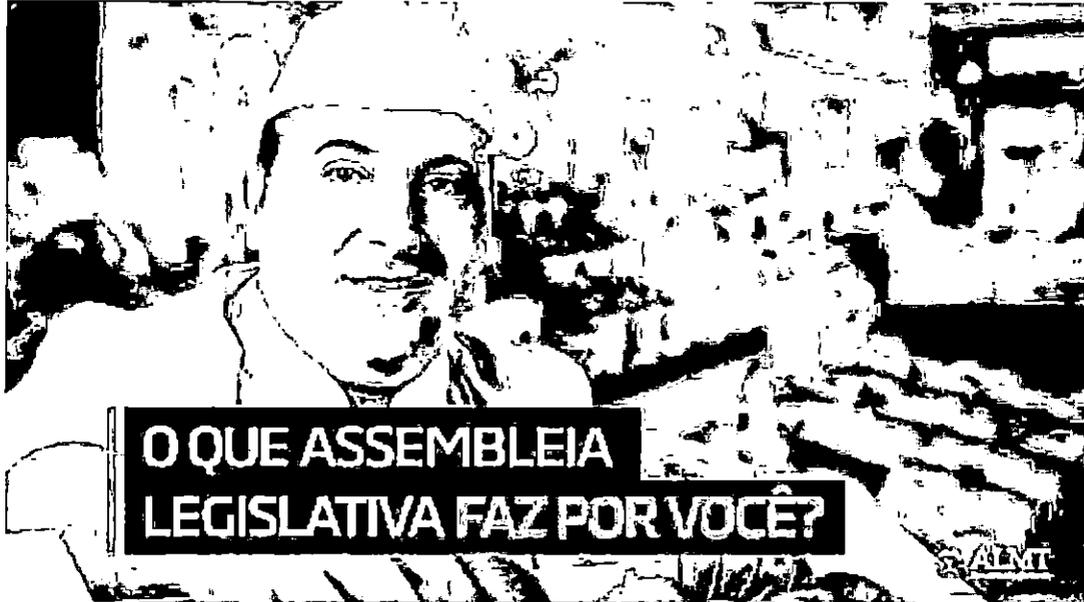
Deve-se utilizar box preto para imagens claras ou box branco para fundos escuros, no caso de aplicação sobre fundos instáveis.

A empresa apresentou algumas peças da seguinte forma:



VT

OBS: Ambas as telas do VT deveriam a Marca da ALMT ser inserida em um BOX BRANCO ou PRETO.

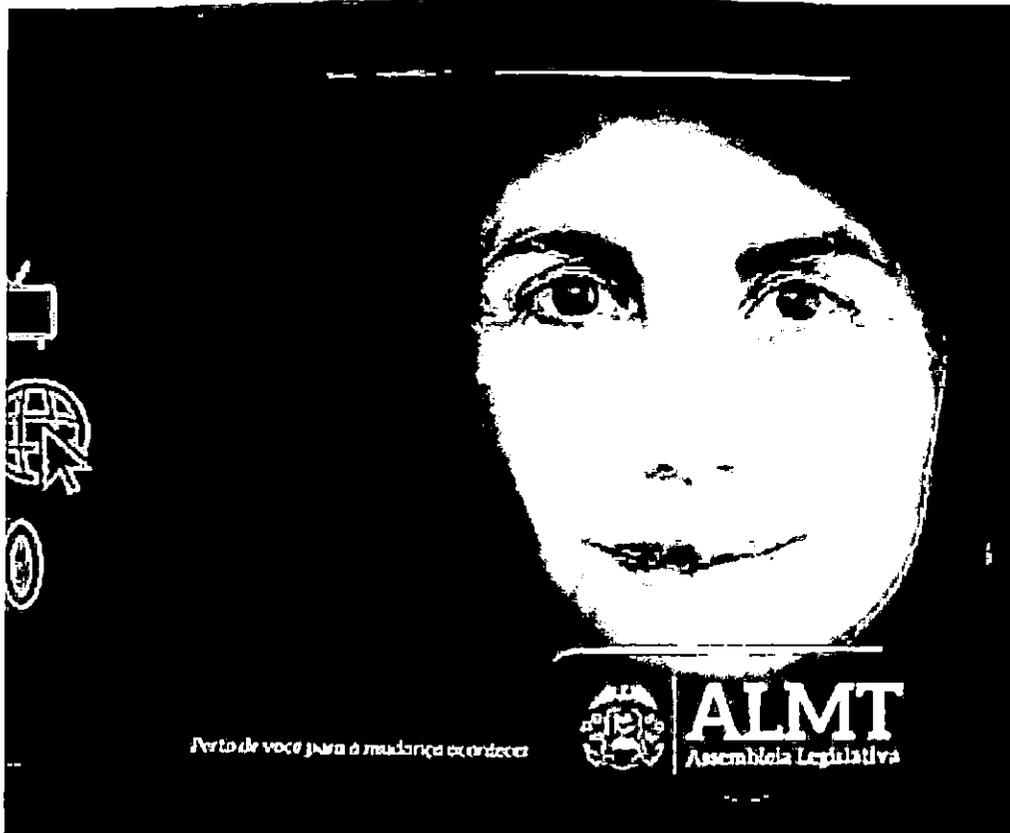


*[Handwritten signature]*

OUTDOOR

	ALMT
FOLHA Nº	18
UNIDADE	NAP
NOME	<i>Juliano</i>

OBS: O Outdoor deveria ter a Marca da ALMT inserida em um BOX BRANCO.



À fim de exemplificar os julgamentos de desclassificações acerca da falta ou falha de utilização ou aplicação da marca, destaco a licitação Concorrência 003/2017 da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, onde teve 7 empresas desclassificadas por utilizarem marca de forma diferente do que foi disponibilizado.

À época dos fatos foram desclassificadas as empresas: GENIUS, LOGOS, NFN, ÉPOCA, CANNES, GC LTDA e TIS, conforme abaixo disposto.



## COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

## JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DESCLASSIFICADAS

A Prefeitura Municipal de Várzea Grande inscrita no CNPJ nº 03.507.548/0001-10 pessoa Jurídica com sede no paço municipal Couto Magalhães, localizado na na Av Castelo Branco 2.500 Centro -Sul - Várzea Grande - MT - CEP 78.125-700, e através da Secretaria de Comunicação Social informa aos interessados que apos verificadas as pontuações atribuídas a cada proposta, os critérios definidos no edital, bem como as justificativas e julgamento da sub comissão Técnica foram desclassificadas as seguintes propostas.

Campanha	Motivo
Construindo um Presente Melhor	Descumpriu as cláusulas 11.2, 11.4.1 e Anexo X
VG Trabalho que a gente vê e sente	Não atendeu os itens 9.5.1 e 9.6,'b'; além da clausula 10.1 e Anexo III, Anexo X
VG em boas mãos	Não atendeu o item 9.4, 'b'; Descumpriu o Anexo X e Anexo III
Várzea voltando a ser Grande	Descumpriu o exigido no Anexo X
Amar, Cuidar e Acreditar	Descumpriu o exigido no Anexo X
Nossa cidade em nossas mãos	Descumpriu o exigido no Anexo X
Fazendo bem pelo bem da gente	Descumpriu o exigido no Anexo X

Várzea Grande, 11 de agosto de 2017.

Jane Cássia Duarte Lima Barros

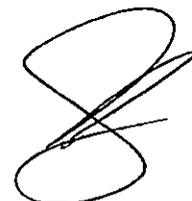
Presidente da Comissão Especial de Licitação

Desta forma fica claro que a Recorrente não se atentou aos procedimentos licitatórios e assim cometeu o equívoco de aplicar em suas propostas uma marca diferente da disponibilizada.

Da Decisão

Conforme as análises dos alegados pela Recorrente decidimos pelo NÃO PROVIMENTO do Recurso Administrativo interposto pela licitante LUIZ G. RODRIGUES JUNIOR – GENIUS PUBLICIDADE.

Percebam que o fato de se equivocar na utilização da Marca, desde que exigido em edital e disponibilizado, é DEVER do licitante, não podendo, portanto, a Administração relevar as referidas falhas, sob pena de afastamento do princípio da isonomia e da vinculação ao instrumento convocatório.





**VII - Das incoerências na capacidade da Criação da empresa CRIARI.**
**Mídia**

1. Computador Dual Core, 1.6 Ghz, 512 MB de Ram; Microsoft Windows XP Profissional 2002;
2. Computador Dual Core, 1.6 Ghz, 512 MB de Ram; Microsoft Windows XP Profissional 2002;
3. Internet ADSL com link de 3 Gb/s; Norton antivírus;
4. Impressora multifuncional Samsung;
5. Telefone Siemens;
6. Impressora Multifuncional HP;

**Financeiro**

1. Computador Processador Intel Core i7
2. Impressora multifuncional Samsung
3. Telefone
4. Internet ADSL com link de 3 Gb/s; Norton antivírus

O item 3 da mídia e o item 4 do financeiro nos informa que a empresa disponibiliza 6 Gb/s de ADSL. Um link ADSL de 3Gb/s corresponderia a 3072 Mbp/s, 1 Giga corresponde a 1024 Mbp/s. Sendo assim, a taxa de downloads seria 384 Mbp/s, entretanto, o artigo abaixo nos informa que esse valor é impossível de ser alcançado, a tabela abaixo nos mostra que a velocidade máxima do serviço ADSL é de 7 Mbp/s.

Tipo de DSL	Descrição	Taxa de descida	Taxa de subida	Permite o tráfego de voz
HDSL	High Bit Rate DSL	Acima de 2 Mbps	Acima de 2 Mbps	Não
ADSL	Asymmetric DSL	7 Mbps	800 Kbps	Sim
VDSL	Very High Data Rate DSL	50 Mbps	3 Mbps	Sim

Periodicos.capes.gov: Modelo de avaliação da capacidade da rede de acesso metálica para o provimento de serviços suportados pela tecnologia ADSL  
<http://repositorio.unb.br/handle/10482/2823> acessado em maio de 2019

**Mídia**

1. Computador Dual Core, 1.6 Ghz, 512 MB de Ram; Microsoft Windows XP Profissional 2002;
2. Computador Dual Core, 1.6 Ghz, 512 MB de Ram; Microsoft Windows XP Profissional 2002;
3. Internet ADSL com link de 3 Gb/s; Norton antivírus;
4. Impressora multifuncional Samsung;
5. Telefone Siemens;
6. Impressora Multifuncional HP;

Item 1 e 2 corresponde a um computador defasado com sistema operacional que a Microsoft descontinuou há mais de 10 anos.

Ainda assim, as configurações do hardware, exemplo: processador dual core 1.6 e memória de 512 mb são antigas e defasadas em comparação à configuração que possuímos à disposição do setor de mídia exemplo: 3 Mini Mac core i5 com 4 Gb de memória.

### Criação

1. iMAC Tela TFT widescreen brilhante de 21,5 polegadas (visíveis), retroiluminada por LED, de alta resolução, com suporte a milhões de cores Resolução: 1920 por 1080 pixels Processador: Intel Core i5 de quatro núcleos, 2.7GHz, com 8MB de cache L3 compartilhado e embarcado
2. iMAC Tela TFT widescreen brilhante de 21,5 polegadas (visíveis), retroiluminada por LED, de alta resolução, com suporte a milhões de cores Resolução: 1920 por 1080 pixels Processador: Intel Core i5 de quatro núcleos, 2.7GHz, com 8MB de cache L3 compartilhado e embarcado
3. iMAC Tela TFT widescreen brilhante de 21,5 polegadas (visíveis), retroiluminada por LED, de alta resolução, com suporte a milhões de cores Resolução: 1920 por 1080 pixels Processador: Intel Core i5 de quatro núcleos, 2.7GHz, com 8MB de cache L3 compartilhado e embarcado
4. Impressora HP Office Jet Pro K8600
5. Pacote Master Collection;
6. Scanner Hp Scanjet 3570 C.
7. Banco de imagem com mais de 5.000 fotos.
8. 1 Uma mesas digitalizadoras de alto desempenho com função multitoque.
9. ZTE TIM sem fio.

Confrontando com os itens 1.2.3

Nossos computadores têm maiores telas e memória RAM, logo mais processamento e gráfico.

Ex.: Genius: 11 iMac 27" com processador Intel core i5 3.2 quatro núcleos com 24 GB de memória.

Criari: 3 Imac de 21,5\* e não informa memória RAM

### Financeiro

1. Computador Processador Intel Core i7
2. Impressora multifuncional Samsung
3. Telefone
4. Internet ADSL com link de 3 Gb/s; Norton antivírus

Confrontamos aqui o item 1, a Genius possui 5 máquinas no administrativo, sendo 2 Imac 21,5, 2 HP Xeon e um notebook i5, o que demonstra claramente que temos mais capacidade que apenas um computador i7.



**Finalização**

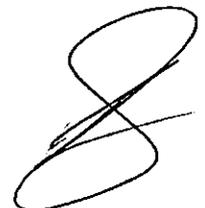
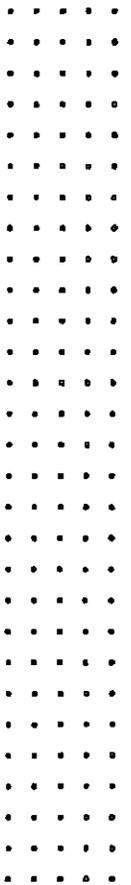
1. IMAC Tela TFT widescreen brilhante de 21,5 polegadas (visíveis), retroiluminada por LED, de alta resolução, com suporte a milhões de cores Resolução: 1920 por 1080 pixels Processador: Intel Core I5 de quatro núcleos, 2.7GHz, com 6MB de cachê L3 compartilhado e embarcado.
2. Uma mesas digitalizadora de alto desempenho com função multitoque

Possuímos tecnologia de ponta, um IMac com 32 gigas de memória e um monitor de 27 polegadas, enquanto a Criari possui apenas um IMac de 21,5 com processador defasado para a finalização.

Outros fatos importantes constatados nesta análise:

A Criari não possui uma central de impressões, apenas impressoras comuns (jato de tinta) em seus setores com DPI baixo e impressoras normais e não a laser, enquanto a Genius possui uma central de impressões com impressoras a laser e em alta qualidade (DPI).

A Criari também não possui um CPD (Central de Processamento de Dados) ou T.I (Tecnologia da Informação) que é essencial para qualquer agência de publicidade visando ao salvamento e segurança dos arquivos e tráfego que uma agência possui.



**I - Das devidas comparações**

O edital informa que será julgado na capacidade de atendimento a qualificação e quantificação dos profissionais, instalação e infraestrutura, porte e tradição dos clientes entre outros.

Gostaríamos de entender, portanto, como poderia a empresa CRIARI receber a mesma nota que a Recorrente se em toda a extensão de sua capacidade de atendimento, opera com menores recursos, estruturas e operacionais?

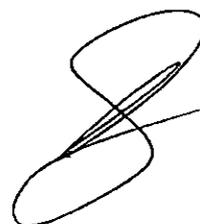
Vejamos o quadro abaixo:

EMPRESAS	GENIUS	CRIARI
FUNCIONÁRIOS PARA A ALMT	32	9
ESTRUTURA PRÓPRIA/TAMANHO	Prédio construído para ser uma agencia de publicidade, com mais de 1000m <sup>2</sup> de construção, sede própria	Não informa endereço nem tamanho nem se é própria - Sala Comercial
EXISTÊNCIA	39 anos	8 anos
CLIENTE MAIS ANTIGO	Casa das Tintas a 39 anos	Nutripharm a 8 anos
CLIENTES MAIS RELEVANTES	Eletrobras Amazonas Ginco + 2 anos Açofer + de 21 anos Big Lar + 22 anos Shopping Pantanal + de 6 anos Domani + de 20 anos	Tauro Motors + de 3 anos
PRÊMIOS	+ de 250 prêmios -  Única agência do estado do Mato Grosso a ganhar o Prêmio da TV GLOBO - Profissionais do Ano por 2 vezes	17
APARELHOS DE TECNOLOGIA	25 computadores (20 Imacs) 8 impressoras 7 televisões Outros	8 computadores (5 Imacs) 4 impressoras 2 Televisões Outros
VEÍCULOS	1 FIAT TORO 1 AUDI A3 1 VAN DUCATO	Não encontrado nenhum



**Quadro da equipe Criari:**

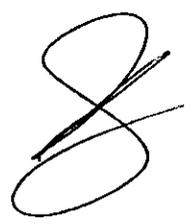
ÁREA	PROFISSIONAL	
Acompanhamento	1 - Dalma Ofugi	
	2 - Guilherme Defanti	
Estudo e Planejamento	3 - Fabiano Chagas	
Mídia	4 - Graciela Cristina Pinho	
	5 - Maria Alves	
Criação	6 - Wesley Mattos	
	7 - Marco Gibson	
	8 - Fabiano Grillaud	
Produção Rádio, TV, Cinema, Internet e Gráfica.	9 - Kelly Tagiari	



**Quadro equipe Genius:**

A Genius disponibilizará para a Assembleia Legislativa do Mato Grosso uma equipe completa e a infraestrutura da agência. Selecionamos uma equipe de primeira linha que será destinada para atender a essa conta. Abaixo o resumo e discriminação dos profissionais, um total de 32 pessoas

	01/07	Celso Missawa	Diretor de Arte
	02/07	Matheus Macedo	Redator
	03/07	João Gomes França	Assistente de Arte
<b>criação:</b>	04/07	Eral Neguinha	Diretor de Arte
	05/07	Wander Souza	Revisor
	06/07	Ronaldo José da Silva	Arte-final
	07/07	Mateus Hornados	Controller

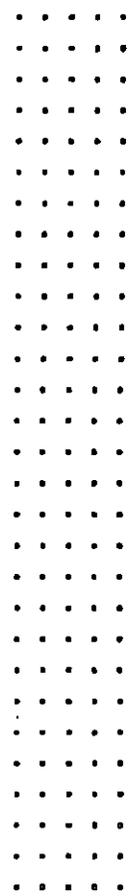
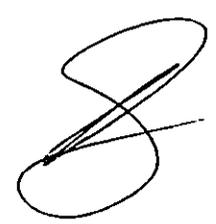


<b>PRODUÇÃO GRÁFICA</b>	01/02	Tassia Nagazawa	Gerente de Produção Gráfica
	02/02	Miana de Freitas Lopes	Analista de Produção

<b>PRODUÇÃO DE RÁDIO, TV E CINEMA</b>	01/03	Jorge Miranda	Coord. de Produção
	02/03	Jaqueline F. Amorim	Analista de Produção
	03/03	Sérvulo Del Castillo	Analista de Produção

<b>ESTUDOS E PLANEJAMENTO</b>	01/01	Junior Braga	CEO
-------------------------------	-------	--------------	-----



**GENIUS**

Licitante: Genius

Quesito	Pontuação máxima	Nota da subcomissão			Total Subcomissão	Nota Final
		1	2	3		
Capacidade de atendimento	05	4	4	4	12	4
Repertório	05	4	4	4	12	4
Relatos de solução de problemas de comunicação	05	4	3	3	10	3,33
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>12</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>34</b>	<b>11,33</b>

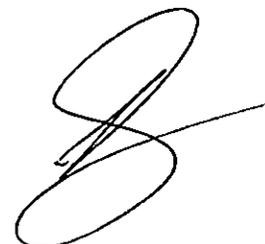
**Capacidade de atendimento: 4+4+4 = 12****CRIARI**

Licitante: Criari

Quesito	Pontuação máxima	Nota da subcomissão			Total Subcomissão	Nota Final
		1	2	3		
Capacidade de atendimento	05	4	4	3	11	3,67
Repertório	05	4	4	4	12	4
Relatos de solução de problemas de comunicação	05	4	3	4	11	3,67
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>12</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>34</b>	<b>11,33</b>

**Capacidade de atendimento: 4+4+3 = 11**

Diante das diferenças gritantes entre a capacidade de atendimento desta Recorrente e da empresa CRIARI pedimos para que a nota da empresa CRIARI seja reavaliada, a fim de que seja diminuída para 3 ou 2 pontos, ou que a nota desta Recorrente seja reavaliada, a fim de aumentar para 5 pontos.





## CASES

## GENIUS

**Relatos de solução de problemas de comunicação:**

Julgador 1: Dois bons cases, especialmente o outubro rosa para o Biglar. Desafios simples, mas com boas soluções criativas. . . .

Julgador 2: Cases razoáveis. . . .

Julgador 3: Planejamento publicitário interessante, relevância dos resultados apresentados. Grau de dificuldade de solução médio em ambos os relatos. . . .

**Repertório: 4+3+3 = 10**

## CRIARI

**Relatos de solução de problemas de comunicação:**

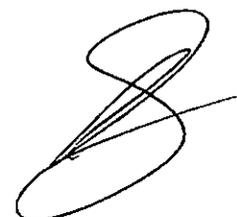
Julgador 1: Cases Brasil Beach: desafio interessante, com solução de qualidade. Case Tauro Motorns: ideia criativa boa com resultado eficiente. . . .

Julgador 2: Dois relatos razoáveis. . . .

Julgador 3: Dois relatos com dificuldade medianas, porém com boa solução criativa. . . .

**Repertório: 4+3+4 = 11**

Fica clarividente, que ambos os CASES ficaram dentro da média, se destacando ambos apenas para o julgador nº 01. Ocorre que o Julgador nº 2 que entendeu ter os CASES natureza mediana, pontuou ambas as empresas em 3 pontos. Porém o julgador 3, que aponta também a natureza mediana dos cases, pontua de forma diferente a empresa GENIUS e a empresa CRIARI.

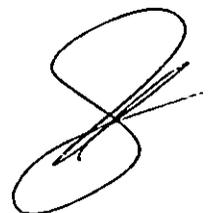
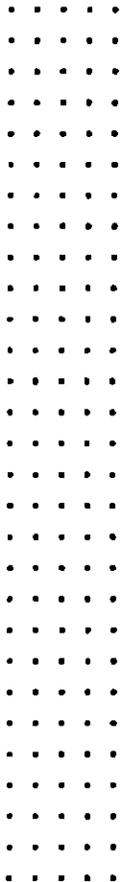




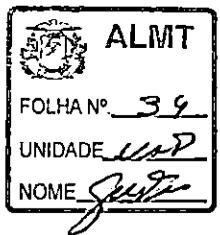
## ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

## I - Não cumpriram com o briefing

- Página 21 do edital, subitem d, exige cumprimento de todos os itens listados referentes a estratégia de mídia e não mídia, a licitante não **cumpriu todos os itens:**
  - 02 Páginas apenas de texto justificando as estratégias utilizadas para escolha dos municípios, mas não defende os meios de comunicação escolhidos.
  - Não falam dos recursos próprios da ALMT, conforme respondido pela ALMT em questionamentos – deveria ser desenvolvido os canais de comunicação da Casa de Leis.







III - A licitante TIS consta no plano de mídia a veiculação na TVCA (afiliada da Rede Globo).

RESUMO MEIO TV						
Emissora do TV	PRAÇA	Período - Abril	Peça	Quantidade N° Ins.	TOTAL R\$	100,000%
TV Centro Améridca	Cuiabá/Rondonópolis/Sinop/Tangará da Serra	01 a 30	VT 30"	45	R\$ 305.844,00	52,27%
TV Vão Real/Record TV	Estado	01 a 29	VT 30"	35	R\$ 87.234,00	16,62%
TV Rondon SBT	Cuiabá/Rondonópolis/Sinop	01 a 29	VT 30"	14	R\$ 87.181,00	14,90%
TV Cidade Verde/ Band	Cuiabá/Rondonópolis/Tangará da Serra/Sorriso/Julina/Primavera do Leste	01 a 26	VT 30"	14	R\$ 55.566,00	9,50%
TV Nativa	Água Frio	01 a 29	VT 30"	16	R\$ 3.986,80	0,68%
TV Cidade	Bama do Garças	01 a 29	VT 30"	17	R\$ 3.120,00	0,53%
TV Cidade	Jaciara	01 a 30	VT 30"	20	R\$ 1.713,00	0,29%
TV Primavera	Primavera do Leste	01 a 28	VT 30"	15	R\$ 3.817,00	0,65%
TV Capital	Sinop	01 a 24	VT 30"	11	R\$ 7.103,00	1,21%
Record TV	Sorriso	01 a 29	VT 30"	13	R\$ 8.900,00	1,52%
TV Cidade	Rondonópolis	02 a 30	VT 30"	14	R\$ 7.638,00	1,31%
TV Vale	Tangará da Serra	02 a 29	VT 30"	15	R\$ 3.038,00	0,52%
<b>TOTAL MEIO TV</b>				<b>229</b>	<b>R\$ 585.157,80</b>	<b>32,51%</b>

Porém em seu orçamento, não contemplou a entrega do LINK.

RESUMO DE PRODUÇÃO DE PEÇAS PARA VEICULAÇÃO					
PEÇA	DESCRIÇÃO	QUANT.	VLR UNT.	VALOR TOTAL	100%
VT 30"	Produção de VT 30", com captação de imagens, drone, casting, maquiagem, animação, edição, finalização, locução e trilha pesquisada.	1	R\$ 20.000,00	R\$ 20.000,00	51,37%
VT 60"	Produção de VT 60", contendo, com animação, locução masculina e trilha pesquisada, para web	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	7,71%
Spot 30"	Produção de spot 30", com 1 locução e trilha	1	R\$ 450,00	R\$ 450,00	1,16%
Imagens	Compra de banco de imagens para uso na Campanha	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00	1,03%
Outdoor	Impressão de cartazes em papel polícoria	78	R\$ 159,00	R\$ 12.084,00	31,04%
Bustop	Impressão de adesivo em papel polícoria	60	R\$ 50,00	R\$ 3.000,00	7,71%
<b>TOTAL DE PRODUÇÃO</b>		<b>140</b>		<b>R\$ 38.934,00</b>	<b>2,16%</b>

RESUMO DE PRODUÇÃO DE PEÇAS OU MATERIAIS NÃO MÍDIA					
PEÇA	DESCRIÇÃO	QUANT.	VLR UNT.	VL TOTAL	100%
E-mail MKT	Envio de e-mail mkt para sindicatos da classe, entidades da classe e federações, 5.000 contatos - bancos de dados fornecedor	5000	R\$ 475,00	R\$ 475,00	9,36%
Folder	Folder, formato aberto 45 x 21cm, fechado 15 x 21cm, com 02 dobras, em papel couchê 170gr., 4 x 4 cores	2000	R\$ 1,05	R\$ 2.100,00	41,38%
Hot Site	Desenvolvimento de website responsivo com até 5 abas, Tecnologia: PHP e MySQL; idioma: português.	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00	49,26%
<b>VALOR TOTAL</b>		<b>5001</b>		<b>R\$ 5.075,00</b>	<b>0,28%</b>

Este orçamento de Entrega/link é um formato padrão e OBRIGATÓRIO de entrega de filmes para a Rede Globo. Sem esse LINK é impossível liberar o filme para a veiculação.

Abaixo colamos o e-mail enviado pela TV Centro América em Julho de 2018 a todas as agências.

Q Av. Antártica, 1.111  
 Santa Rosa. Cuiabá - MT  
 L 78040-000  
 C 65 3317-2302

### A entrega digital de materiais está chegando!

A TV Centro América fará uma mudança importante para consolidar um ambiente 100% digital em suas operações.

A partir de 1º de Agosto a TV Centro América adotará a entrega digital dos materiais comercializados em seus 4 mercados: Cuiabá, Rondonópolis, Sinop e Tangará da Serra. A partir dessa data não será mais aceita a entrega de materiais em XDCAM.

Com a mudança, o comercial deverá ser enviado via nuvem, através dos players Adstream, Adtoox, A+V Zampa e Vari Sweet Spot, já homologados pela emissora. Esses fornecedores especializados já trabalham com a Rede Globo desde 2016 e estão dentro das adequações técnicas necessárias para atender às demandas do mercado publicitário na entrega dos materiais.

O valor para cada sinal de exibição será de R\$230,00 para a mesma área de cobertura da localidade da agência e R\$375,00 para exibições em cobertura diferente. O faturamento será feito diretamente pela TV Centro América contra agências/anunciantes. Os players não cobrarão nenhum valor relativo a esse serviço específico.

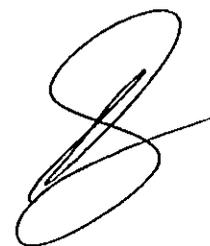
### Faça o cadastro e realize testes!

Lembramos que a escolha do player é do cliente/agência. Entre em contato com o player de sua preferência e faça seu cadastro. O cadastro pode ser feito em quantos parceiros o cliente/agência preferir.

PLAYER	E-MAIL	TELEFONE
Adtoox	<a href="mailto:atendimento@adtoox.com">atendimento@adtoox.com</a>	0800 865 8995
A+V Zampa	<a href="mailto:atendimento@zampa.com.br">atendimento@zampa.com.br</a>	0800 560 0979
Adstream	<a href="mailto:atendimento@adstream.com">atendimento@adstream.com</a>	0800 941 9777
Vari	<a href="mailto:contato@varisports.com">contato@varisports.com</a>	0800 144 6417

Como pode ser verificado, o valor a ser cobrado por entrega é 230,00 para a capital e 375,00 pelas praças, quais sejam, Tangará da Serra, Rondonópolis e Sinop, portanto, o valor a ser investido além da veiculação é de R\$ 1.355,00 por inserção no estado.

Portanto, a empresa comete a tentativa de diminuir custos os omitindo, e novamente atuando em deslealdade frente as campanhas de seus concorrentes, devendo a mesma ser desclassificada, pois "corrigindo" o seu orçamento (mesmo isso não sendo possível) o mesmo ultrapassa os limites estabelecidos em edital, e, portanto, deve ser desclassificada conforme artigo 11, parágrafo 4º, inciso V da Lei nº 12.232, DE 29 de abril de 2010, e Item 9.4 do instrumento convocatório.



IV - Arquivos eletrônicos salvos com nome em desacordo com o Edital, podendo assim ser identificado.

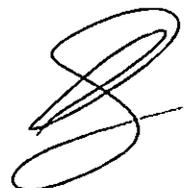
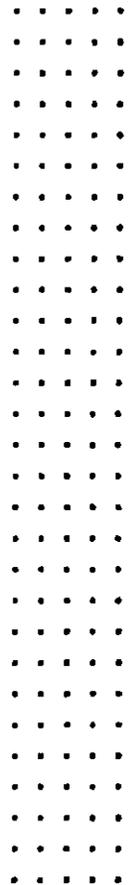
O edital diz:

6.2.3.3.4. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: "cartaz", "filme TV", "spot rádio", "anúncio revista", "monstro internet") formatada conforme previsão do subitem 6.2.5., VIII, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem 6.2.3.1.

A empresa TIS salvou da seguinte forma:

- | .. Banner internet.pdf
- | .. E-mail marketing.pdf
- | .. Hotsite.pdf
- | .. Spot 30\_#9982- AUDIO.mp3
- | .. VT 30-VIDEO.avi

Percebe-se que, com essas mudanças, a empresa poderia facilmente ser identificada.



**V - Das incoerências na capacidade da Criação da empresa TIS**

4 iMacs de 21 polegadas-2,5 GHz Intel Core i5; 8GB RAM; 512Mb NVIDIA.  
5 iMacs de 27 polegadas 3,5 GHz Intel Core i7; 16GB RAM; 4GB NVIDIA GeForce GTX 780M.  
3 MacBook Pro Retina - Intel Core i5; 2 GHz; 4GB RAM.  
3 Mac mini - Intel Core i5; 2,6 GHz; 8GB RAM.  
1 MacPro Intel Xeon E5; 8 núcleos com cache L3 de 10MB; Turbo Boost de 3,9 GHz e 64 GB Memória ECC DDR3, com 4 discos de 2 Terabytes.

Essa especificação do iMac de 27 polegadas diz que é o modelo (27 polegadas, final de 2013). Na Genius, os iMac são meados 2017, sendo assim, é impossível esta empresa ter a mesma nota com um equipamento que foi comprado em 2013, estando completamente defasado.

Os iMacs de 21,5\* que estão escritos errados, pois não há iMacs de 21, assim também são defasados.

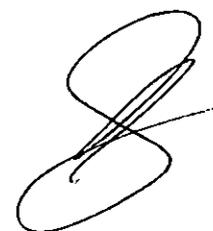
iMac (21,5 polegadas, final de 2012) também são defasados, perto dos iMacs de 21,5 que possuímos. Que são versões mais recentes mais sofisticadas.

**SERVIDORES**

1 Servidor Apple, Intel Xeon Quad-Core 3.2 GHz.  
1 Servidor Dell PowerEdge SC430, processador Intel com memória de 4 GB, 2 discos de 2 Terabytes.

O servidor Apple Mac Pro "Quad Core" 3.2 (final de 2012) também é uma máquina muito antiga e defasada, comparado ao Mac Pro - Xeon E5 - 64GB da Genius que é uma máquina muito potente dedicada somente ao tráfego de informações e servidor. Sendo assim também é impossível possuírem a mesma nota que nós nesse quesito. Temos melhores máquinas, em maior número e em versões mais atualizadas.

Digo o mesmo no servidor mencionado, Power Edge sc420 que também é meados 2006 e está muito defasado, torna impossível que a sua nota seja igual a nossa que temos um servidor muito melhor.



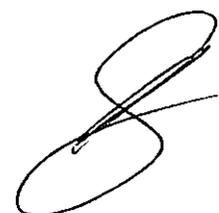
Licitante: Tis

Quesito	Pontuação máxima	Nota da subcomissão			Total Subcomissão	Nota Final
		1	2	3		
Capacidade de atendimento	05	4	3	4	11	3,67
Repertório	05	4	4	4	12	4
Relatos de solução de problemas de comunicação	05	3	4	4	11	3,67
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>34</b>	<b>11,33</b>

 Licitante: Genius

Quesito	Pontuação máxima	Nota da subcomissão			Total Subcomissão	Nota Final
		1	2	3		
Capacidade de atendimento	05	4	4	4	12	4
Repertório	05	4	4	4	12	4
Relatos de solução de problemas de comunicação	05	4	3	3	10	3,33
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>12</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>34</b>	<b>11,33</b>

EMPRESAS	GENIUS	TIS
FUNCIONÁRIOS PARA A ALMT	32	14
ESTRUTURA PRÓPRIA/ TAMANHO	Prédio construído para ser uma agencia de publicidade, com mais de 1000m <sup>2</sup> de construção, sede própria	Sala Comercial - Não informa se é própria ou alugada
EXISTÊNCIA	39 anos	5 anos
CLIENTE MAIS ANTIGO	Casa das Tintas a 39 anos	Sebrae MT + 3 anos
CLIENTES MAIS RELEVANTES	Eletobras Amazonas Ginco + 2 anos Açofer + de 21 anos Big Lar + 22 anos Shopping Pantanal + de 6 anos Domani + de 20 anos	Sebrae MT + 3 anos



<b>PRÊMIOS</b>	+ de 250 prêmios - Única agência do estado do Mato Grosso a ganhar o Prêmio da TV GLOBO - Profissionais do Ano por 2 vezes	Não encontramos os prêmios da empresa
<b>APARELHOS DE TECNOLOGIA</b>	25 computadores (20 Imacs) 8 impressoras 7 televisões Outros	15 computadores (15 Imacs) 4 impressoras Outros
<b>VEÍCULOS</b>	1 FIAT TORO 1 AUDI A3 1 VAN DUCATO	Não encontrado nenhum

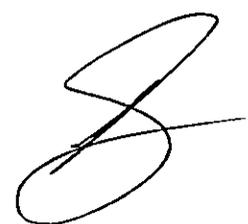
Não poderíamos deixar de destacar o PRAZO para entrega dos serviços, são completamente inexequíveis, o que demonstra a má-fé da empresa em querer demonstrar o que não se é.

**PRAZOS PARA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS**

	Prazo em condições normais de trabalho	Prazo emergencial
<i>[Redacted]</i>	Até 12 horas	até 8 horas
<i>[Redacted]</i>	Até 12 horas	até 6 horas
<i>[Redacted]</i>	Até 12 horas	até 6 horas
<i>[Redacted]</i>	Até 12 horas para cada página de jornal	até 6 horas
<i>[Redacted]</i>	Até 12 horas	até 8 horas
<i>[Redacted]</i>	Até 12 horas	até 8 horas
<i>[Redacted]</i>	Até 12 horas	até 6 horas

*[Note: Não que se refere aos serviços de locação. O prazo para entrega de materiais solicitados...]*

Diante de todos os fatos narrados acerca da documentação da empresa TIS, acreditamos fielmente que a mesma deveria ser desclassificada por diversas situações arroladas, entre elas a omissão de custos no orçamento, extrapolando portanto o valor da tabela, e mesmo que estes Doutos Julgadores entenderem que não é razão de desclassificação, pelo menos apurem a questão de a mesma ter sido pontuada tão bem, possuindo tão pouca estrutura, tanto física, quanto tecnológica quanto operacional, além é claro, de possuir uma carteira de clientes pouco expressiva e pequena.



c) NOVA/SB COMUNICAÇÃO LTDA - CNPJ: 57.118.929/0005-60

### ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

#### I - Dos erros de tabelas

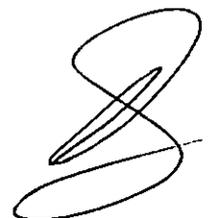
- O edital página 114 determina que são 30 dias para veiculação da campanha e a licitante apresentou na sua distribuição no mapa de programação, inserção no dia 31 do mês de março (página 21 Rede Record programação Câmera Record / página 27 programação Outdindoor e página 27 adesivo de elevador nos shoppings).

#### DO PRAZO DA CAMPANHA

O planejamento deverá contemplar ações para um periodo de 30 (trinta) dias de campanha.

				MARÇO/2019																			
				S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	
Veículo	Posição	Peça	Ins.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
OUTINDOOR	INDOOR	K		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
<b>Total</b>				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
MEIO:				MÍDIA ALTERNATIVA																			
Cód.				Formato da(s) Peça(s)																			
0				RESERVAÇÃO DE BORTAS																			
Título(s) da(s) Peça(s)																							
LICITAÇÃO																							
MARÇO/2019															Custos								
S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	Custo Unitário Tabela		Custo Total Tabela				
15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	R\$ 39.400,00		R\$ 39.400,00				
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1			R\$ 39.400,00				

- Na página 17 da licitante, no item cinema, alínea Sala 3 Shopping Pantanal - o período de veiculação vai até 03/04. O edital determina que a campanha será de 30 dias (página 114) e a licitante contempla em seu plano 01 a 31 de março, neste caso está ultrapassando a data determinada no briefing.



**DO PRAZO DA CAMPANHA**

O planejamento deverá contemplar ações para um período de 30 (trinta) dias de campanha.

Veículo	Posição	Peça	Ins	MARC																						
				S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q			
BR MALL - SHOPPING ESTAÇÃO	ADESIVO ELEVADOR	0		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
SHOPPING PANTANAL	ADESIVO ELEVADOR	0		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Total</b>				<b>2</b>																						

MARCO/2019														Custos				
S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	Custo Unitário Tabela	Custo Total Tabela
15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	R\$ 12.500,00	R\$ 12.500,00
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		R\$ 27.800,00

- Página 25 da licitante, no item jornal A Gazeta o formato no mapa de programação não condiz com o valor apresentado e a tabela do veículo.

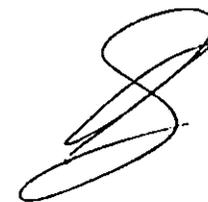
Veículo	Posição	Peça	Ins	MARCO/2019																	Custos								
				S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	Un. Anx. cm/col Tabela	Custo	Custo Total Tabela						
DIÁRIO DE CUIABÁ - STANDARD	7	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	R\$ 27,50	R\$ 27.825,00	R\$ 55.650,00
JORNAL A GAZETA - STANDARD	7	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	R\$ 596,00	R\$ 44.700,00	R\$ 44.700,00
<b>Total</b>																			<b>R\$ 100.350,00</b>										

Para formato de 1 página o qual se refere a peça no mapa o valor correto seria R\$ 178.800,00 (1 página indeterminada dias úteis - 6colx50cm alt=300cm/col x R\$ 596,00= R\$ 178.800,00), e não o valor de R\$ 44.700,00 apresentado pela empresa.

Vale ressaltar que quando um licitante usa um valor com desconto ele passa a competir com deslealdade contra os outros licitantes.

Como exemplo, esta Recorrente deixou de se utilizar o Jornal A Gazeta por ter o mesmo o valor mais alto dos Jornais, e, portanto, poderia estourar o limite da verba para realização da campanha.

A própria lei nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010, já garante que a empresa incorreu em motivo desclassificatório, vejamos:



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:

...

V - análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º desta Lei, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

Ainda, o edital prevê as hipóteses de desclassificação:

9.4. Será desclassificada a licitante que:

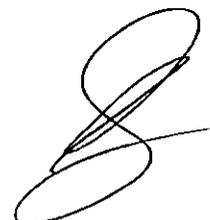
I - não observar as determinações e as exigências deste Edital;

A desclassificação da empresa TIS deve ocorrer com base no artigo acima referenciado, tendo em vista que o edital de licitação na página 74 informa da seguinte forma:

Verba referencial

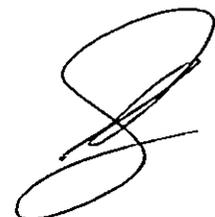
Para o planejamento da campanha hipotética com ações on-line, off-line e comunicação direta, deverá ser considerada verba referencial de R\$ 1,8 milhões, incluindo produção, mídia e não mídia. A Mídia deve ser desenvolvida com base nas tabelas cheias (sem desconto) dos veículos de comunicação, vigentes na data da publicação deste edital. Devem ser desprezadas todas as remunerações das agências de publicidade, inclusive o desconto de agência e os custos internos. As mídias, cujos veículos não possuam tabela pública de mídia, não deverão ser utilizadas para o desenvolvimento da campanha publicitária ficcional.

Portanto, como manter classificada uma empresa que utilizou mais dinheiro do que deveria em sua campanha? E como manter classificada uma empresa que em momento de demonstrar a sua estratégia e perícia no assunto, apresenta valores equivocados, que se fossem em uma campanha real, levariam a ALMT a um prejuízo financeiro grave.



Diante do fato grave dos cálculos apresentados, é requerido que a demanda seja devidamente reapreciada pela Subcomissão, constatando-se por fim que a empresa descumpriu com o edital da licitação, e, portanto, deverá ser desclassificada.

.....



## II- Dos erros de orçamento

- 1. No item Full Banner (Banner de site) foi apresentado no descritivo do serviço 5 versões com 8 formatos diferente com unitário de R\$ 100,00.

Se multiplicarmos **8 x 5 totaliza 40 unidades**, sendo assim um investimento de R\$ 4.000,00. Porém o orçamento apresentado foi de 38 unidades, com investimento de R\$ 3.800,00.

Se o cálculo fosse respeitado (40 unidades) o total final do orçamento de produção seria: R\$ 113.425,16 e não R\$ 113.225,16 apresentados, com essa diferença de R\$ 200,00 o orçamento excederia a verba referencial de R\$ 1,8 milhões descrita em briefing.

Portanto não está de acordo com o que pede o EDITAL.

Resumo de Investimento – Valores absolutos e percentuais alocados na produção/distribuição de cada peça e ou material de não mídia.				
SERVIÇO	QTDE	VLR. UNIT.	VLR. BRUTO	%
Filme 60"	1	R\$ 25.780,00	R\$ 25.780,00	22,77%
Versão redução de 30"	1	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00	6,18%
Versão Indoor 15" (sem áudio)	1	R\$ 2.200,00	R\$ 2.200,00	1,94%
Video trailer cinema 1' minuto	1	R\$ 19.200,00	R\$ 19.200,00	16,96%
Video Infográfico para Internet 1'30" minutos	1	R\$ 2.750,00	R\$ 2.750,00	2,43%
Spot 30" (5 versões - 4 locuções)	5	R\$ 900,00	R\$ 4.500,00	3,97%
Espera telefônica, 1 locução.	1	R\$ 410,00	R\$ 410,00	0,36%
Outdoor triplo, 27 x 3 m, papel.	2	R\$ 780,00	R\$ 1.560,00	1,38%
Outdoor simples, 9 x 3 m, papel.	15	R\$ 240,00	R\$ 3.600,00	3,18%
Adesivo estetra rolante, Formato 14 m x 0,50 cm, com instalação.	3	R\$ 2.160,00	R\$ 6.480,00	5,72%
Carminhos de mercado - 30 x 30 cm - adesivo, com instalação.	500	R\$ 10,00	R\$ 5.000,00	4,42%
FullBanner (5 versões - 8 formatos diferentes pra cada versão)	38	R\$ 100,00	R\$ 3.800,00	3,36%
Empena - formato 28,80 X 6,79 m, lona, com instalação.	1	R\$ 11.973,60	R\$ 11.973,60	10,58%
Elevador - 0,82 x 2,10 m - adesivo, com instalação.	3	R\$ 275,52	R\$ 826,58	0,73%
Abrigo de Ônibus - Bustop - 2 x 1 m - adesivo, com instalação.	30	R\$ 119,00	R\$ 3.570,00	3,15%
Busdoor - 2,30x1,00m - adesivo, com instalação.	50	R\$ 119,00	R\$ 5.950,00	5,26%
Foldar, Formato 42 x 16 cm, 4x4 cores, Couchê Fosco 170g, Dobrado/ 3 paralelas, Laminação bopp.	3500	R\$ 1,15	R\$ 4.025,00	3,55%
Produção de 5 fotos, Cachês de 5 modelos, direito de Imagem, maquiagem, auxiliar de produção, fotos em alta resolução.	5	R\$ 860,00	R\$ 4.300,00	3,80%
Cinema - conversão	3	R\$ 100,00	R\$ 300,00	0,26%
<b>TOTAL DE PRODUÇÃO</b>			<b>R\$ 113.225,16</b>	<b>100,00%</b>





ALMT  
 FOLHA Nº 46  
 UNIDADE MAP  
 NOME *guter*

III - A licitante NOVASB consta no plano de mídia a veiculação na TVCA (afiliada da Rede Globo).

Rede / GRUPO	Horário	Formato	Quantidade	Valor Unitário (R\$)	Valor Total (R\$)
BOM DIA PRACA	05:00 - 07:00	A	3	1.970,00	5.910,00
BOM DIA PRACA	05:00 - 07:00	E	1	3.940,00	3.940,00
E BOM DIA GROSSO	13:00 - 13:55	A	2	2.187,00	4.374,00
E BOM DIA GROSSO	13:00 - 13:48	E	1	4.374,00	4.374,00
FANTASTICO	20:00 - 22:25	A	1	10.756,00	10.756,00
FANTASTICO	20:00 - 22:25	E	1	21.512,00	21.512,00
JORNAL HOJE	12:20 - 13:00	A	3	14.871,00	44.613,00
JORNAL HOJE	12:20 - 13:00	E	1	9.914,00	9.914,00
JORNAL NACIONAL	19:20 - 20:20	A	1	17.512,00	17.512,00
JORNAL NACIONAL	19:20 - 20:20	E	1	25.034,00	25.034,00
NOVELA I	17:30 - 18:20	A	11	14.727,00	161.997,00
NOVELA I	17:30 - 18:20	E	1	9.446,00	9.446,00
NOVELA II	18:40 - 19:20	A	11	27.558,00	303.138,00
NOVELA II	18:40 - 19:20	E	1	15.118,00	15.118,00
NOVELA III	20:20 - 21:30	A	11	17.774,00	195.514,00
PRACA TV 1 EDUCAD	11:00 - 11:55	A	3	4.143,00	12.429,00
PRACA TV 1 EDUCAD	11:00 - 11:55	E	1	8.646,00	8.646,00
PRACA TV 2 EDUCAD	18:20 - 18:40	A	2	10.756,00	21.512,00

RESUMO DE MÍDIA							
Meio	Veículo	Cidade	Formato	Período de Veiculação	Nº Ins.	Valor Bruto	%
TELEVISÃO	TV Centro América	Estado	VT 60" e VT 30"	03 a 30 de Março/19	32	R\$ 250.153,00	14,90%
	TV Cidade Verde - Band	Cuiabá	VT 60" e VT 30"	01 a 30 de Março/19	32	R\$ 49.670,00	2,95%
	TV Vila Real - Record	Cuiabá	VT 60" e VT 30"	01 a 30 de Março/19	62	R\$ 152.335,00	9,00%
	TV Rondon - SBT	Cuiabá	VT 60" e VT 30"	01 a 30 de Março/19	36	R\$ 91.225,00	5,40%

A Recorrida, apresentou em sua estratégia, inserções na TV Centro América - ESTADO (afiliada da rede Globo), ocorre que não foi apresentado orçamento de Entrega/link digital nos investimentos por peças. Este orçamento de Entrega/link é um formato padrão e OBRIGATÓRIO de entrega de filmes para a Rede Globo. Sem esse LINK é impossível liberar o filme para a veiculação.

Abaixo colamos o e-mail enviado pela TV Centro América em Julho de 2018 a todas as agências.

Como pode ser verificado, o valor a ser cobrado por entrega é 230,00 para a capital e 375,00 pelas praças, quais sejam, Tangará da Serra, Rondonópolis e Sinop, portanto, o valor a ser investido além da veiculação é de R\$ 1.355,00 por inserção no estado.

Q Av. Antártica, 1.111  
 Santa Rosa. Cuiabá - MT  
 ☎ 78040-000  
 ☎ 65 3317-2302

### A entrega digital de materiais está chegando!

A TV Centro América fará uma mudança importante para consolidar um ambiente 100% digital em suas operações.

A partir de 1º de Agosto a TV Centro América adotar a entrega digital dos materiais comercializados em seus 4 mercados: Cuiabá, Rondonópolis, Sinop e Tangará da Serra. A partir dessa data não será mais aceita a entrega de materiais em XDCAM.

Com a mudança, o comercial deverá ser enviado via nuvem, através dos players Adstream, Adtoox, A+V Zarpa e Vati Sweet Spot, já homologados pela emissora. Esses fornecedores especializados já trabalham com a Rede Globo desde 2016 e estão dentro das adequações técnicas necessárias para atender às demandas do mercado publicitário na entrega dos materiais.

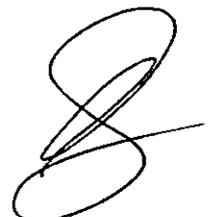
O valor para cada sinal de exibição será de R\$230,00 para a mesma área de cobertura da localidade da agência e R\$375,00 para exibições em cobertura diferente. O faturamento será feito diretamente pela TV Centro América contra agências/anunciantes. Os players não cobrarão nenhum valor relativo a esse serviço específico.

### Faça o cadastro e realize testes!

Lembramos que a escolha do player é do cliente/agência. Entre em contato com o player de sua preferência e faça seu cadastro. O cadastro pode ser feito em quantos parceiros o cliente/agência preferir.

PLAYER	E-MAIL	TELEFONE
Adtoox	atendimento@adtoox.com	0800 888 8995
A + V Zarpa	atendimento@omax.com.br	0800 560 0979
Adstream	atendimento@adstream.com	0800 941 9777
Vati	contato@vati.rocks	0303 144 6417

A empresa NOVASB comete a tentativa de diminuir custos os omitindo, e novamente atuando em deslealdade frente as campanhas de seus concorrentes, devendo a mesma deve ser desclassificada, pois "corrigindo" o seu orçamento (mesmo isso não sendo possível) o mesmo ultrapassa os limites estabelecidos em edital, e, portanto, deve ser desclassificado conforme artigo 11, parágrafo 4º, inciso V da Lei nº 12.232, DE 29 de abril de 2010, e Item 9.4 do instrumento convocatório.





## DA NOSSA DEFESA

### INVÓLUCRO I

PROPOSTA: "Você conectado a democracia"

Quesito	Pontuação máxima	Nota da subcomissão			Total subcomissão	Nota Final
		1	2	3		
Raciocínio básico	15	8,5	10	8,5	27	9
Estrat. Comunic. Publicitária	15	9,5	9	8,5	27	9
Idela criativa	15	10	9	9,5	28,5	9,5
Estrat. de mídia e não-mídia	10	8,5	8	7,5	24	8
Total	55	36,5	36	34	106,5	35,5

### Julgamentos

**Estratégia de Comunicação Publicitária:**

Julgador 1 – Prioriza a valorização da Casa com atenção menor aos canais.

Julgador 2 – Procura reverter a situação atual, afirmando que a democracia se faz com a participação de cada um.

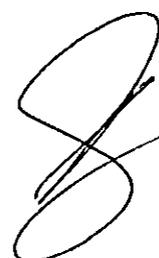
Julgador 3 – Explica e defende o partido temático, o conceito, apresenta as ferramentas, os instrumentos, o público alvo, a forma de dizer, quando dizer, mas não deixa claro como alcançar de forma eficiente o reconhecimento da sociedade sobre o importante papel da Assembleia.

### Defesas:

**Julgador 1:** Utilizamos todos os canais disponibilizados pela ALMT, desde rádio, televisão, whatsapp, site institucional, e os outros comumente conhecidos.

**Julgador 3:** Informamos a ALMT como alcançar esse reconhecimento na página 5 do plano de mídia, na forma abaixo.

Assim, é imprescindível que a Assembleia Legislativa do estado desenvolva uma campanha que divulgue, prioritariamente, o seu papel para cada cidadão, tendo como melhor forma a utilização de seus canais de comunicação disponíveis, assim, fortalecendo e informando a sua função. Por conseguinte, demonstrar o seu trabalho por uma sociedade mais justa e que incentive cada cidadão a acreditar, valorizar e participar do processo democrático. Para atingir esses objetivos, apresentamos campanha formatada e detalhada a seguir.



contemplada. O desdobramento possui riqueza de mensagens positivas, pois o indivíduo entende ali uma forma de participação e interação com as deliberações da Assembleia, que o levará a interferir e acompanhar as pautas que afetam a sua vida por meio dos canais de comunicação da Assembleia, como "Você conectado aos projetos de leis"; "Você conectado às audiências públicas"; "Você conectado aos debates"; "Você conectado às sessões" etc., contando ainda que reforça o caráter institucional da Assembleia, que deve ser informativa, educativa e/ou de prestação de serviços e orientação social.

Assim, entendemos ser necessária a reavaliação das nossas notas neste tópico.

### Julgamentos:

Idela criativa:

Julgador 1 – Explora de forma inteligente a linguagem das redes sociais nos anúncios. "Conecta cidadão" é um bom aplicativo.

Julgador 2 – Lista os meios a serem aproveitados e as condições que apresentam para o sucesso da campanha.

Julgador 3 – Peças muito boas, bem construídas, todas devidamente listadas. Aborda muito bem a participação popular, mas coloca em segundo plano o verdadeiro desafio proposto;

### Defesas:

Julgador 3:

O verdadeiro desafio proposto é o informado no edital se encontra em sua página 113.

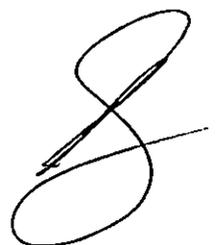
### **VI - A CAMPANHA**

Espera-se das agências de publicidade licitantes no presente certame que desenvolvam a apresentem uma campanha de caráter institucional.

**DE FORMA PRIORITÁRIA:** apresentar de forma eficiente e criativa, os canais de comunicação disponíveis com a população. Que esta sistemática além de apresentar e comunicar tais canais, proporcione o incremento do interesse em conhecer o funcionamento da casa e suas discussões, garantindo maior participação popular.

**DE FORMA SECUNDÁRIA,** fortalecer e informar o papel desta casa, tão incompreendido pela grande maioria da população. Neste contexto, a campanha hipotética deve fortalecer a imagem da ALMT, com conceitos como transparência, eficiência, dinamismo, para reduzir a grande rejeição e pré-conceito estabelecido sobre o fundamental papel da política na construção de uma sociedade mais justa para todos.

Conforme julgamento anterior, um dos julgadores diz: "prioriza a valorização da casa", portanto, cremos que a forma secundária foi plenamente atingida. Ainda, de forma prioritária demonstramos as formas de comunicação em todas as suas vertentes, pois, usamos o rádio com campanha divertida, que traz a atenção do cidadão. Utilizamos a televisão, por ser ainda o meio que mais atinge a casa da família brasileira. Informamos a criação de um APP Conecta cidadão, que terá desdobramentos em vários "Conectas", utilizamos o facebook e o whatsapp da Casa de Leis para trazer mais





Licitante: Genius

Quesito	Pontuação máxima	Nota da subcomissão			Total Subcomissão	Nota Final
		1	2	3		
Capacidade de atendimento	05	4	4	4	12	4
Repertório	05	4	4	4	12	4
Relatos de solução de problemas de comunicação	05	4	3	3	10	3,33
Total	15	12	11	11	34	11,33

Julgamentos:**Capacidade de atendimento:**

Julgador 1: Clientes pouco expressivos, boas instalações, equipe grande dedicada a internet. Sistemática de atendimento não clara e informações de marketing e comunicação apenas as mais comuns.

Julgador 2: Apresentou 32 profissionais à disposição da ALMT, com grande estrutura e bons equipamentos.

Julgador 3: Listou 18 clientes, 32 profissionais, sistema de atendimento com ferramenta interessante e prazos exequíveis para concretização de campanhas. Conta com boas fontes de pesquisa de audiência.

Defesas:

Julgador 1: Entre os nossos clientes estão os maiores do estado do Mato Grosso no mercado privado. Entre eles estão: **Eletronbras**, órgão público responsável por fornecimento de energia para todo o estado do Amazonas, onde as nossas prestações de contas são realizadas diretamente com a Secretaria da Presidência da República; **Ginco**, maior loteadora do estado do Mato Grosso, com empreendimentos para mais 20 anos, com faturamento anual em mais de 50 milhões de reais por ano. **Big Lar**, supermercado de maior faturamento por pessoa do estado do Mato Grosso; **Shopping Pantanal**, com mais de 46.349,50 m<sup>2</sup> de tamanho, tomando o investimento de lojistas e da administração - gerando mais 300 empregos diretos. Ao longo destes onze anos os investimentos no shopping ultrapassam a marca dos R\$ 500 milhões. **Açofer**, metalurgica com venda Nacional a mais de 30 anos.

Portanto, quais clientes seriam expressivos, se estes não são?





