

**ILUSTRE PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DO DEPARTAMENTO DE  
LICITAÇÃO DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO – MT  
SUPERINTENDÊNCIA DE LICITAÇÃO**

Licitação Modalidade Concorrência 001/2019 – Assembleia Legislativa MT.  
Modalidade de Técnica e Preço

**Ref. : Contrarrazões do Recurso Administrativo interposto por Época Propaganda LTDA.**

**N.F.N. PUBLICIDADE E PROMOÇÃO – EIRELI EPP**, inscrita no CNPJ nº 02.949.153/0001-05, denominada **“+2 COMUNICAÇÃO”**, com sede na Av. Miguel Sutil nº 172 sala 01 Cuiabá MT CEP 78043-132, por sua representante legal Roselane Goularte dos Santos, já qualificada nos autos de licitação em epígrafe, , vem perante esta h. Comissão apresentar **CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO interposto por ÉPOCA PROPAGANDA**, por meio de fatos e jurídicos fundamentos que passa a expor:

**I - DA TEMPESTIVIDADE DA RESPOSTA.**

Cumpramos ressaltar que a presente resposta ao recurso administrativo interposto é tempestiva, eis que, nos termos do art. 109, III §3º da Lei nº 8.666/93, o prazo para contrarrazões de recurso é de 5(cinco) dias úteis a contar da data de sua publicação de informação da interposição de recurso que ocorreu em 20.05.2019, D.O. Estado de MT nº27506.

**II - DA DEMANDA.**

Trata-se de licitação instaurada na modalidade de Concorrência nº 001/2019 pela Assembleia Legislativa de MT publicado em 08.02.2019 no D.O nº 27440, por meio da Comissão Permanente de Licitação designada pelo Ato nº 058/2018 publicado no Diário Eletrônico da AL no dia 22.02.2018 N° 244.



### III - DAS RAZÕES RECURSAIS DA RECORRENTE.

O Recorrente em extenso arrazoado, indignado com sua classificação/colocação em 15ª lugar no certame retro citado, insurge e recorre contra as notas dadas nos quesitos de capacidade de atendimento, repertório, ideia criativa e estratégia de mídia e não mídia, que segundo esta foram aplicadas sem a justificativa satisfatória, e por meio dos seguintes apontamentos.

- 1.0 - Item III.I Recorre contra o julgamento da Recorrente pela comissão de licitação;
- 2.0 - Item III.III Alega relação pessoal entre a Licitante e membro da subcomissão;
- 3.0 - Item III.III Alegação de inverdades.

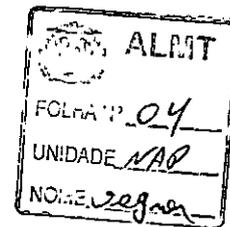
Estes são os apontamentos efetuados pela empresa recorrente Época Propaganda, o que requer-se pela improcedência, vamos as contrarrazões no que recorre contra a empresa NFN 2+ comunicação.

**Item III.III - Alega relação pessoal entre a Licitante e membro da subcomissão:** a recorrente alega que um membro julgador da subcomissão tem relações pessoais com uma das licitantes, o que não é verdade. Alega que a Srª Roselane Goularte sócia proprietária da agência +2comunicação, mantém um relacionamento estável com o Jornalista Eduardo Ricci, pai do julgador 3 Raoni Pedroso Ricci.

Impugna-se Sr. Presidente, o Recorrente falta com a verdade.

O Recorrente para justificar tal inverdade alega que o relacionamento pode ser comprovado por meio das mídias sociais, o qual pode ser visualizado por meio de foto anexo, colacionada no Facebook, conforme fls.07. Em pesquisa formulada no Facebook da Srª Roselane, a foto foi tirada e publicada em 02.06.2018, conforme doc anexo, trata-se de sua presença na residência do amigo Ivan Belem, onde inúmeras pessoas estavam presentes e foram captadas muitas imagens dos presentes, individualmente e em conjunto com outras.

Nesta esfera milenar não podemos considerar que uma foto de Facebook poderá comprovar que tais pessoas mantêm relacionamento de união estável, esta premissa não pode ser simplesmente presumida, atualmente tiramos fotos em eventos sociais, sejam

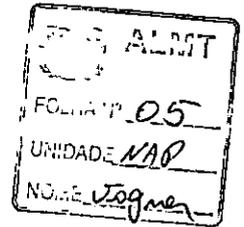


eles entre amigos ou públicos, com inúmeras pessoas que na maioria das vezes não estabelecemos contato algum, esse risco é iminente e todos da sociedade estão sujeitos a passar por estes inconvenientes.

Para se ter uma união estável no mínimo deve haver um documento registrado em cartório estabelecendo esta relação e uma provável convivência no mesmo teto, o que não ocorre entre a Sr.<sup>a</sup> Roselane Goularte e o Sr. Eduardo Ricci.

Fotos de Facebook não podem ser premissa para um relacionamento de amizade ou de qualquer que seja, esse é o entendimento do TRT 13, processo 0130169-56.2015.5.13.0004, desembargador Wolney de Macedo Cordeiro, assim pontuou:

*“Foto no Facebook não é prova de amizade - Diante do inconformismo da reclamante, o relator do processo 0130169-56.2015.5.13.0004, desembargador Wolney de Macedo Cordeiro, pontuou que, muito embora o destinatário da prova seja o juiz, que dispõe de liberdade na condução do processo, tanto para a realização de diligências, quanto para indeferir as que considere inúteis, asseverou que “hão de ser observados os direitos dos litigantes, principalmente os relativos ao princípio do contraditório e da ampla defesa. Sendo assim, configura cerceamento do direito de defesa o indeferimento do depoimento da testemunha, quando o mesmo era prova indispensável ao litígio”. Livro de caras - “O desembargador Wolney Macedo observou que “no limiar do novo século foram criadas novas formas de relacionamento e convivência entre as pessoas, rompendo os paradigmas convencionais outrora observados, a exemplo das redes sociais, em particular o facebook, que significa, via tradução literal “livro de caras”. O magistrado lembrou ainda que esse tipo de rede social possui como característica a demonstração exacerbada de felicidade, bem-estar, ostentação (riqueza), e até de afeto entre pessoas, que dificilmente se relacionam no dia a dia e, muitas vezes, sequer se conhecem pessoalmente. O simples fato de se rotular duas pessoas como “amigas” em uma rede social, tal qual o facebook, não tem o poder de configurar, juridicamente, a amizade íntima que a Lei menciona como fator obstativo à produção de prova testemunhal isenta de ânimos. “Em verdade, o próprio termo “amigo” tem sido utilizado de maneira corriqueira, merecendo uma melhor análise por parte do juiz condutor da instrução”. Por considerar as testemunhas como meio de prova indispensável ao litígio, com o objetivo de melhor esclarecimento do panorama retratado no processo, o relator*



*acolheu a preliminar de nulidade processual e determinou a reabertura da instrução processual. A decisão foi acompanhada pelos demais integrantes da Segunda Turma de Julgamento do TRT. <https://www.trt13.jus.br/informe-se/noticias/2016/04/foto-no-facebook-nao-e-prova-de-amizade>):*

**Impugna-se**, portanto, a alegação de que Sr.<sup>a</sup> Roselane Goularte e o Sr. Eduardo Ricci mantém união estável, tal alegação nem mesmo pode ser provada porque a alegação não é verídica, não podendo ser levado em consideração apenas uma foto de Facebook que pode ser publicada até sem o consentimento das pessoas que estão sendo capturadas pela imagem.

A Senhora Roselane nunca foi casada, e nunca manteve união estável, conforme se pode constar pela sua certidão de nascimento anexa.

**Desta forma, a Sr.<sup>a</sup>. Roselane não mantém qualquer vínculo pessoal com nenhum membro da comissão ou subcomissão.**

*Outro ponto a ser observado é que o direito do Recorrente de impugnar qualquer informação do edital, assim como impugnar os membros da Comissão já precluiu. (Edital de Licitação item 4, e seguintes)*

Requer-se pela improcedência do pedido da Recorrente, o qual protesta pela reavaliação das propostas e da revogação da licitação com abertura de novo processo licitatório, considerando que o recorrente não apresenta justificativas plausíveis que possam justificar tal ato a ser retificado pela comissão.

*Ab initio*, cumpre verificar que o artigo 3º, caput, da Lei nº 8.666/1993 preleciona que tanto a Administração Pública como os interessados ficam obrigados à observância dos termos e condições previstos no Edital, assim como ficam adstritos a legislação adjacente que rege a matéria licitação para serviços de publicidade e propaganda, in verbis:

*“Art. 3º - A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da*

*Roselane*





Ivan Belém



Seguir 2 do junho de 2010

Com Eduardo Alexandre Ricci e Roselane Goularte em Chapada dos Guimarães

14

1 comentário

Curtir

Comentar

Compartilhar



Roselane Goularte Foi um prazer estar na tua casa, super aconchegante e o café maravilhoso feito pelo querido Rubinho.

Curtir Responder 50 sem

1

*Roselane*

ALMT
FOLHA Nº 09
UNIDADE 110
NOME: Roselane

FOLHA Nº 08  
 UNIDADE 1102  
 NOME U. 08

VALIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL  
 1109396081

**NOME**  
 ROSELANE GOULART DOS SANTOS

**DOC. IDENTIDADE (ORG. EMISSOR / UF)**  
 03841561 (SSP) MT

**CPF**  
 959.345.531-00

**DATAS Nascimento**  
 09/12/1964

**PLACAO**  
 ALAOR MEDEIROS DOS SANTOS  
 JUDITH VIEIRA GULART DOS SANTOS

**PERMISSAO** **ACC** **CAT. HAB.**  
 F F F

**Nº REGISTRO**  
 00310539309

**VALIDADE**  
 14/09/2020

**HABILITACAO**  
 03/04/1998

**OBSERVAÇÕES**

ASSINATURA DO PORTADOR

**LOCAL**  
 CUIABA, MT

**DATA EMISSAO**  
 17/09/2015

46781134360  
 MT523006839

1109396081

Serviço Notarial e Registro de Imóveis  
 João Maria de Assis Asscar - Oficial  
 Av. Tancredo Neves, nº 250 - Jardim Kennedy - CEP: 76065-230  
 Cuiabá - Mato Grosso - Fone: (65) 3051-5300 - Fax: (65) 3051-5333  
 www.bofficio.com.br - E-mail: joandimarto@bofficio.com.br

**AUTENTICACAO**  
 Confere com o original apresentado dou fe  
 Cuiabá-MT 23 de maio de 2019. Hora: 09:48:00

**MARILIA DE CARVALHO MORAES**  
 Poder Judiciário do Estado de Mato Grosso - Ata de Notas e Registro - Cod. Cartório 521.000 Ata de

**Selo Digital BGO-29576 R\$3,00**  
 Consulta: www.tjmt.jus.br/selos

**6º. Selo de Registro de Imóveis**  
 Registro de Imóveis da 3ª Circunscrição  
 Av. Tancredo Neves, 250 - Jardim Kennedy  
 João Maria de Assis Asscar - Tabelião  
 José Pires Miranda de Assis  
 Tabelião Substituto  
 Maria Auxiliadora Assis Asscar Rubaneda  
 2ª Tabelião Substituto  
 Joaquim Carlos de Abreu Assis  
 Júlia Maria Assis Asscar Volpato  
 Escrevantes Juramentadas  
 Cuiabá - MT - Fone: (65) 3044-6300

*João Maria de Assis Asscar*

6º SERVIÇO NOTARIAL  
E REGISTRO DE IMÓVEIS  
Joani Maria de Assis Asckar - Tabella  
José Pires Miranda de Assis - Tabella Su  
**EM BRANCO**  
Av. Tancredo Neves, 250 - Jd. Kennedy  
Fone: (65) 3051-5300 - Fax (65) 3051-5333  
E-mail 6\_oficio@terra.com.br - Cuiabá-M

6º SERVIÇO NOTARIAL  
E REGISTRO DE IMÓVEIS  
Joani Maria de Assis Asckar - Tabella  
José Pires Miranda de Assis - Tabella Su  
**EM BRANCO**  
Av. Tancredo Neves, 250 - Jd. Kennedy  
Fone: (65) 3051-5300 - Fax (65) 3051-5333  
E-mail 6\_oficio@terra.com.br - Cuiabá-M

6º SERVIÇO NOTARIAL  
E REGISTRO DE IMÓVEIS  
Joani Maria de Assis Asckar - Tabella  
José Pires Miranda de Assis - Tabella Su  
**EM BRANCO**  
Av. Tancredo Neves, 250 - Jd. Kennedy  
Fone: (65) 3051-5300 - Fax (65) 3051-5333  
E-mail 6\_oficio@terra.com.br - Cuiabá-M



FOLHA Nº 08  
UNIDADE 110  
NOME *Regina*

REGISTRO DO REGISTRO  
Oficial  
Cecilia C. Menin Berlato  
VACARIA  
Rio Grande do Sul

**REGISTRO CIVIL DE NASCIMENTOS E ÓBITOS**  
ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL  
MUNICÍPIO DE VACARIA 2º DISTRITO  
1º DISTRITO

NASCIMENTO Nº 4.338

Cecilia Catharina Menin-Berlato

Oficial do Registro Civil das Pessoas Naturais

CERTIFICO que a folhas 146 do livro número 15 de Registro de Nascimento foi lançado ~~hoje~~ o acento de Roselane Goularte dos Santos nascido em nove de dezembro de 1964 às 21:00 horas, em Ituim, 2º distrito de Vacaria, - RS do sexo feminino filho de Alaor Medeiros dos Santos e Judith Vieira Goularte dos Santos

São avós paternos João Maria dos Santos e Iracema Alfredo de Medeiros e maternos Manoel Goularte e Etelvina Vieira Goularte foi declarante o próprio pai e serviram de Testemunhas constantes do termo.

Observações: Cancelei palavra "hoje". O registro foi feito em 08 de agosto de 1965.

O referido é verdade e dou fé.

R\$5,80

Vacaria, 13 de setembro de 1995.

Cecilia C. Menin-Berlato  
Oficial /designada:

Joani Maria de Assis Asckar - Oficial  
 Av. Tancredo Neves, nº 250 - Jardim Kennedy - CEP: 78065-230  
 Cuiabá - Mato Grosso - Fone: (65) 3051-5300 - Fax: (65) 3051-5333  
 www.6oficio.com.br - E-mail: atendimento@6oficio.com.br

**S** Serviço Notarial e Registro de Imóveis

**AUTENTICAÇÃO**

Confere com o original apresentado douxé.  
 Cuiabá-MT, 23 de maio de 2019. Hora: 09:47:59

MARINA DE CARVALHO MORAES 151

Poder Judiciário do Estado de Mato Grosso - Ato de Notas e Registro - Com. Centro (162) - 1º And. 010

Selo Digital BGG-29569 R\$3,00  
 Consulta: [www.tjmt.jus.br/selos](http://www.tjmt.jus.br/selos)

STUZIEDUARD Valor Iscmm R\$0,07

Registro de Imóveis da 3ª Circunscrição  
 Av. Tancredo Neves, 250 - Jardim Kennedy  
 Joani Maria de Assis Asckar - Tabeliã  
 José Pires Miranda de Assis  
 Tabelião Substituto  
 Maria Auxiliadora Assis Asckar Rabaneda  
 2ª Tabeliã Substituta  
 Joaquim Carlos de Abreu Assis  
 Júlia Maria Assis Asckar Volpato  
 Escreventes Juramentados  
 Cuiabá - MT - Fone: (65) 3051-5300





02  
NAP  
Vagner

**ILUSTRE PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DO DEPARTAMENTO DE LICITAÇÃO DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO – MT SUPERINTENDÊNCIA DE LICITAÇÃO.**

Licitação Modalidade Concorrência 001/2019 – Assembleia Legislativa MT.  
Modalidade de Técnica e Preço

**Ref. : Contrarrazões do Recurso Adm interposto por MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.**

**N.F.N. PUBLICIDADE E PROMOÇÃO – EIRELI EPP, inscrita no CNPJ nº 02.949.153/0001-05, denominada “+2 COMUNICAÇÃO”, com sede na Av. Miguel Sutil nº 172 sala 01 Cuiabá MT CEP 78043-132, por sua representante legal Roselane Goularte dos Santos, já qualificada nos autos de licitação em epígrafe, vem perante esta h. Comissão interpor CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO interposto por MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, pelos fatos e jurídicos fundamentos que passa a expor:**

**I - DA TEMPESTIVIDADE DA RESPOSTA.**

Cumpramos ressaltar que a presente resposta ao recurso administrativo interposto é tempestiva, eis que, nos termos do art. 109, III §3º da Lei nº 8.666/93, o prazo para contrarrazões de recurso é de 5(cinco) dias úteis a contar da data de sua publicação de informação da interposição de recurso que ocorreu em 20.05.2019, D.O. Estado de MT nº27506.

**II - DA DEMANDA.**

Trata-se de licitação instaurada na modalidade de Concorrência nº 001/2019 pela Assembleia Legislativa de MT publicado em 08.02.2019 no D.O nº 27440, por meio da Comissão Permanente de Licitação designada pelo Ato nº058/2018 publicado no Diário Eletrônico da AL no dia 22.02.2018 Nº 244.

*Roselane Goularte dos Santos*



ALMT
FOLHA Nº 03
UNIDADE NAF
NOME Wagner

### III - DAS RAZÕES RECURSAIS DA RECORRENTE.

O Recorrente em extenso arrazoado, indignada com sua classificação no certame, apresenta recurso com suas indignações que tem o intuito de alterar sua nota e por conseguinte buscar a desclassificação de outras agências ou até a redução de suas notas, são apontamentos da recorrente por meio de itens o qual devem ser julgados improcedentes, conforme impugnações a seguir sobre as alegações da empresa NFN - 2+ COMUNICAÇÃO:

**a) DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA DA LICITANTE NFN – (2+ COMUNICAÇÃO, Fls. 11/ - INVÓLUCRO 01 – IDEIA CRIATIVA – VIA NÃO IDENTIFICADA. (fls.11,12 do recurso);**

A agência Mercatto Comunicação requereu em seu recurso a desclassificação da agência +2 Comunicação, alegando que esta utilizou de forma indevida o guide disponibilizado pela CPL.

A agência +2 Comunicação utilizou de forma correta o guide, levando em consideração o briefing proposto pelo edital. Segue abaixo trecho do mesmo, indicando quais eram os objetivos propostos pela campanha:

#### “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.



ALMT
FOLHA Nº 04
UNIDADE WAD
NOME Wagner

Um dos objetivos do briefing consistia em divulgar os canais de comunicação da ALMT, de forma clara e objetiva. Assim, a agência +2 Comunicação divulgou os canais dentro da sua mensagem de comunicação, nomeando e ilustrando com ícones os meios de comunicação nas peças publicitárias. Estes mesmos meios estão presentes na guide enviada pela CPL, porém com menos destaque, o que dificultaria a compreensão da mensagem pelo público-alvo. Além disso, incluir a mesma arte já presente na campanha, no guide, implicaria em redundância da mensagem a ser transmitida. Dessa forma, a agência +2 Comunicação utilizou de forma correta o guide, apenas dando maior destaque aos meios de comunicação da ALMT, objetivo solicitado pelo briefing do edital.

*Cabe ressaltar ainda que a +2 Comunicação é atualmente uma das agências licitadas prestadora de serviços à ALMT, e em todas as campanhas realizadas, utiliza de forma correta e assertiva o guide institucional da ALMT.*

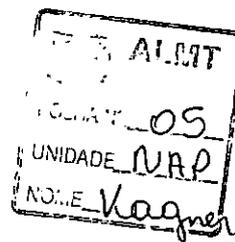
Impugna-se portanto a alegação de que a empresa +2 Comunicação – NFN, não atendeu as especificações e regramentos do Edital relativo ao presente certame.

#### **b) INVÓLUCRO 01 -PLANO DE COMUNICAÇÃO – ESTRATÉGIA DE MÍDIA;**

A Mercatto Comunicação, ora recorrente, cita que a agência “+2 Comunicação” - NFN “cometeu um erro na estratégia de mídia ao apresentar a peça ‘Storyboard para Facebook’ como ‘Não Mídia’ já que isso implica na não compra de espaço publicitário nas redes sociais.

Acontece que a agência +2 Comunicação optou por não incluir investimentos em redes sociais, justamente por estas mídias não possuem tabela de preços. Dessa forma, como mensurar o valor investido e o retorno obtido pela campanha? A própria licitante *Mercatto Comunicação não especificou em sua estratégia a definição de público, geolocalização e frequência do investimento em redes sociais, apenas citou os valores investidos e as projeções de impressões que obteria com estes valores.* Portanto, para o âmbito de licitações, ainda é arriscado utilizar investimento em redes sociais sem a mensuração do que está sendo investido, sem uma tabela de preços, como é pedido no edital. Inclusive a própria Assembleia Legislativa de Mato Grosso, em suas redes sociais, não faz uso frequente de investimento em mídia para estes meios.

*Wagner*



Além disso, a licitante Mercatto Comunicação, ao relatar e afirmar que a agência +2 Comunicação “cometeu um erro em sua Estratégia de Mídia e Não Mídia”, coloca em dúvida a aptidão e competência da Subcomissão Técnica em julgar com profissionalismo e lisura o Plano de Comunicação Publicitária da agência +2 Comunicação.

**Impugna-se** as alegações da recorrente, requer-se pela improcedências do recurso interposto.

### **c) C.3. INVÓLUCRO 03 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO;**

A referida licitante Mercatto Comunicação contesta que os clientes apresentados pela agência +2 Comunicação em sua Capacidade de Atendimento, “são pouco expressivos, em relação a clientes apresentados pelas demais empresas licitantes”, solicitando a revisão e redução da nota atribuída à agência +2 Comunicação.

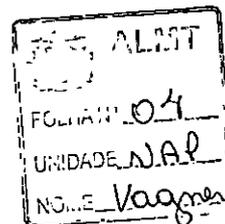
Realmente, os clientes da agência +2 Comunicação são em quantidade inferior às demais licitantes, fator que ressalta ainda mais o comprometimento e dedicação da agência em relação ao atendimento à Assembleia Legislativa de Mato Grosso.

A relação nominal dos principais clientes é apenas UM quesito do caderno Capacidade de Atendimento, restando mais QUATRO quesitos a serem analisados e julgados.

Dessa forma, os quesitos “*quantificação e qualificação dos profissionais*” e “*sistemática de atendimento*” da agência +2 Comunicação sobressai sobre as demais licitantes, pois a equipe responsável se torna exclusiva para o atendimento à Assembleia Legislativa de Mato Grosso.

Enquanto a licitante Mercatto Comunicação possui em sua relação 16 clientes e 17 colaboradores, a agência +2 Comunicação possui 1 cliente ativo (ALMT), 4 clientes periódicos e 8 colaboradores, todos dedicados no atendimento exclusivo à Assembleia Legislativa.

**Impugna-se** portanto, a alegação de que a empresa 2+ comunicação não possui capacidade de atendimento, comissão de licitação atribuiu de forma célere e condizente as especificações d edital de licitação.



**Requer-se** pela improcedência do recurso interposto pela empresa MERCATTO, em todos os seus termos.

#### IV - CONCLUSÃO

Ante ao exposto, prezando pelo princípio da legalidade, comprova-se a existência de motivos legais de fato e de direito devidamente justificados para que a Comissão de Licitação julgue improcedente o recurso interposto pela empresa **MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA**, mantendo-se assim a sua classificação do certame, julgando improcedente suas indignações que tem o intuito de majorar sua pontuação e desclassificar as demais licitantes.

**Requer-se** que as contrarrazões apresentadas sejam recebidas e julgadas procedentes, mantendo-se as notas atribuídas a NFN - "+2 Comunicação" e sua classificação.

**Requer-se** ainda e por derradeiro que todas as publicações relativas a este certame sejam remetidas para o e-mail do representante legal da empresa, Sr<sup>a</sup>. Roselane Goularte (roselane.goularte2@gmail.com), sob pena de nulidade.

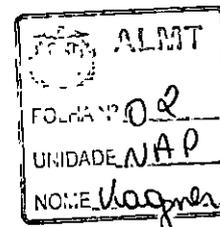
Nestes Termos

Pede deferimento.

Cuiabá MT, 24 de maio de 2019.

---

**N.F.N. PUBLICIDADE E PROMOÇÃO – EIRELI EPP**  
Representante legal - ROSELANE GOULARTE DOS SANTOS



**ILUSTRE PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DO DEPARTAMENTO DE LICITAÇÃO DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO – MT  
SUPERINTENDÊNCIA DE LICITAÇÃO.**

Licitação Modalidade Concorrência 001/2019 – Assembleia Legislativa MT.  
Modalidade de Técnica e Preço

**Ref.: Contrarrazões do Recurso Adm. interposto por NOVA S/B COMUNICAÇÃO LTDA.**

**N.F.N. PUBLICIDADE E PROMOÇÃO – EIRELI EPP**, inscrita no CNPJ nº 02.949.153/0001-05, denominada “+2 COMUNICAÇÃO”, com sede na Av. Miguel Sutil nº 172 sala 01 Cuiabá MT CEP 78043-132, por sua representante legal Roselane Goularte dos Santos, já qualificada nos autos de licitação em epígrafe, vem perante esta h. Comissão apresentar **CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO** interposto por **NOVA S/B COMUNICAÇÃO LTDA**, por meio de fatos e jurídicos fundamentos que passa a expor:

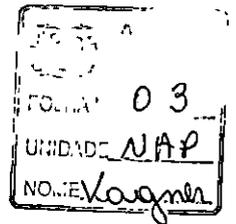
**I - DA TEMPESTIVIDADE DAS CONTRARRAZÕES.**

Cumprе ressaltar que a presente resposta ao recurso administrativo interposto é tempestivo, eis que, nos termos do art. 109, III §3º da Lei nº 8.666/93, o prazo para contrarrazões de recurso é de 5(cinco) dias úteis a contar da data de sua publicação de informação da interposição de recurso que ocorreu em 20.05.2019, D.O. Estado de MT nº27506.

**II - DA DEMANDA.**

Trata-se de licitação instaurada na modalidade de Concorrência nº 001/2019 pela Assembleia Legislativa de MT publicado em 08.02.2019 no D.O nº 27440, por meio da Comissão Permanente de Licitação designada pelo Ato nº058/2018 publicado no Diário Eletrônico da AL no dia 22.02.2018 Nº 244.

*R. Goularte*



O objetivo do certame é selecionar a proposta mais vantajosa para a Assembleia Legislativa na contratação de 5 empresas para prestação de serviços de publicidade, adotando-se a modalidade de técnica e preço.

### III - DAS RAZÕES RECURSAIS DA RECORRENTE.

A Recorrente em extenso arrazoado, indignada com sua classificação/colocação em 7ª lugar do resultado das propostas técnicas conforme previsto no item 12.9, inciso VIII do instrumento convocatório, apresenta recurso em face dos apontamentos que entende ser necessária sua reavaliação pela comissão.

Sejam elas:

- a) Os critérios de julgamento do invólucro 3 da Recorrente
- b) Do julgamento da proposta técnica da empresa GENIUS e DMD;
- c) **Da verba utilizada para o exercício criativo;**

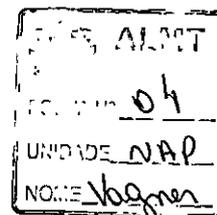
O Recorrente alega que a comissão técnica ao julgar as propostas apresentadas pela mesma não considerou as determinações editalícias, e contrariou o edital e instrumentos vinculatórios e orientações da comissão de licitação permanente.

Em se tratando do que defende a recorrente nos itens "a" e "b" acima descritos, às fls. 03/10, não há o que se reavaliar, com alteração dos pesos atribuídos pela comissão e submissão, uma vez que não se nota nas análises das notas atribuídas pela Comissão qualquer irregularidade existente.

Desta forma os questionamentos da recorrente não devem ser levados em consideração, devendo a comissão julgá-los improcedentes em todos os seus termos.

Quanto ao item "c", questionamento sobre: "**Da verba utilizada para o exercício criativo**", no qual a recorrente atinge a empresa NFN "+2 Comunicação" temos as considerações:

A licitante Nova/SB, ora recorrente, relata em seu recurso que a agência "+2 Comunicação"-NFN, não incluiu em sua planilha de orçamentos de produção o custo de um vídeo para ser veiculado no Facebook, conforme edital de licitação. Dessa forma, a licitante



acredita que a agência +2 Comunicação extrapolaria a verba orçamentária definida para a campanha, o que não é verdade.

A agência "+2 Comunicação"- NFN, informa na planilha e comprova que o custo deste vídeo para Facebook já está incluso no pacote de orçamento recebido pela produtora de vídeo MNS Filmes, conforme orçamento anexo, item apontado na 1º linha da planilha, indicação de VT 30' – no valor de R\$6.620,00 (seis mil seiscentos e vinte reais).

Por ser um vídeo produzido em cartelas, ele possui um baixo custo, dessa forma a produtora incluiu esse valor no custo do vídeo para televisão, caracterizando um pacote que abrange os dois vídeos, inclusos em conjunto na tabela apresentada às folhas 12 da peça recursal, (quadro abaixo).

PRODUÇÃO - MIDIA			
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>

Diante desta justificativa, comprova-se que as notas atribuídas a NFN estão corretas, requer-se portanto pela improcedência dos pedidos da recorrente para redução, ou reavaliação.

Em sequência a recorrente relata que a agência "+2 Comunicação", NFN, extrapolou a verba total de mídia prevista no briefing, pois registrou em sua planilha de custos de produção 1 animação de banner de site, mas veiculou diferentes formatos em outros sites. As alegações da agência Nova/SB são infundadas e sem justificativa, já que o custo de produção de animação para uma peça, banner para site, está correto. O fornecedor é contratado para realizar apenas a animação da peça, ficando a adequação dos formatos sob responsabilidade da agência "+2 Comunicação" NFN. Tal medida é comum nos serviços internos prestados pela agência +2 Comunicação, gerando economia ao cliente, pois possui um profissional (Diretor de Arte/Criação) responsável por este serviço.



ALMT
FOLHA Nº 05
UNIDADE NRP
NOME Wagner

Desse modo, todas as outras alegações mencionadas pela agência Nova/SB, ora recorrente acerca de inconformidade com a verba total de mídia são infundadas e descabidas conforme anteriormente justificado, requer-se, portanto, que os pedidos da recorrente sejam julgados improcedentes, e as notas técnicas atribuídas a licitante NFN - "+2 Comunicação" sejam mantidos.

## CONCLUSÃO

Ante ao exposto, prezando pelo princípio da legalidade, comprova-se a existência de motivos legais de fato e de direito devidamente justificados para que a Comissão de Licitação julgue improcedente o recurso interposto pela empresa **NOVA S/B COMUNICAÇÃO LTDA**, considerando inverídicas e infundadas suas colocações que têm o intuito de majorar sua pontuação e reduzir dos demais licitantes.

**Requer-se** pela improcedência do recurso interposto por **NOVA S/B COMUNICAÇÃO LTDA**, mantendo sua classificação no certame no mesmo patamar.

**Requer-se** que as contrarrazões apresentadas sejam julgadas procedentes, mantendo-se as notas atribuídas a NFN - "+2 Comunicação".

**Requer-se** por derradeiro que todas as publicações relativas a este certame sejam remetidas para o e-mail do representante legal da empresa, Srª. Roselane Goularte (roselane.goularte2@gmail.com), sob pena de nulidade.

Nestes Termos

Pede deferimento.

Cuiabá MT, 24 de maio de 2019.

**N.F.N. PUBLICIDADE E PROMOÇÃO – EIRELI EPP**  
Representante legal - ROSELANE GOULARTE DOS SANTOS



ALMT
FOLHA Nº <u>NAO</u>
UNIDADE <u>05</u>
NOME <u>Vagner</u>

Cuiabá 08 de março 2019

Este orçamento tem como objetivo atender a agência Mais 2 Comunicação, com o serviço de produção de vídeos.

Neste orçamento está incluso:

**Produção:**

- 01 Diária de gravação
- 02 Atores
- 01 Vídeo editado para emissora de televisão (com imagens captadas) de 30 Segundos
- 01 Vídeo editado para redes sociais (computação gráfica 2D)
- 02 Locuções

**Prazo de entrega:**

- 7 dias

**Prazo de pagamento:**

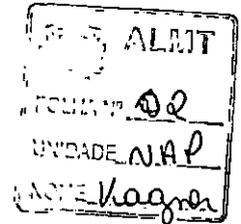
- 45 dias

TOTAL \_\_\_\_\_ R\$ 6.620,00

MNS FILMES  
Murilo Nascimento

MAIS 2 COMUNICAÇÃO  
Laize Dias

TELEFONE 067.99966.3672 | MNSFILMES@GMAIL.COM | @MNSFILMES



**ILUSTRE PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DO DEPARTAMENTO DE LICITAÇÃO DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO – MT SUPERINTENDÊNCIA DE LICITAÇÃO.**

Licitação Modalidade Concorrência 001/2019 – Assembleia Legislativa MT.  
Modalidade de Técnica e Preço

**Ref. : Contrarrazões do Recurso Administrativo interposto por CASA D'IDEIAS PROPAGANDA E MARKETING LTDA.**

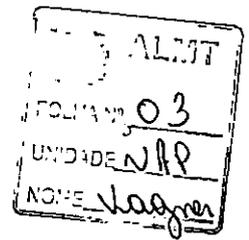
**N.F.N. PUBLICIDADE E PROMOÇÃO – EIRELI EPP**, inscrita no CNPJ nº 02.949.153/0001-05, denominada **“+2 COMUNICAÇÃO”**, com sede na Av. Miguel Sutil nº 172 sala 01 Cuiabá MT CEP 78043-132, por sua representante legal Roselane Goularte dos Santos, já qualificada nos autos de licitação em epígrafe, vem perante esta h. Comissão interpor **CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO** interposto por **CASA D'IDEIAS PROPAGANDA E MARKETING LTDA.**, pelos fatos e jurídicos fundamentos que passa a expor:

**I - DA TEMPESTIVIDADE DA RESPOSTA.**

Cumpramos ressaltar que a presente resposta ao recurso administrativo interposto é tempestiva, eis que, nos termos do art. 109, III §3º da Lei nº 8.666/93, o prazo para contrarrazões de recurso é de 5(cinco) dias úteis a contar da data de sua publicação de informação da interposição de recurso que ocorreu em 20.05.2019, D.O. Estado de MT nº27506.

**II - DA DEMANDA.**

Trata-se de licitação instaurada na modalidade de Concorrência nº 001/2019 pela Assembleia Legislativa de MT publicado em 08.02.2019 no D.O nº 27440, por meio da



Comissão Permanente de Licitação designada pelo Ato nº 058/2018 publicado no Diário Eletrônico da AL no dia 22.02.2018 Nº 244.

### III- DAS RAZÕES RECURSAIS DA RECORRENTE.

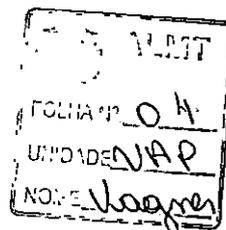
O Recorrente em extenso arrazoado, indignada com sua desclassificação no certame, apresenta recurso com suas indignações que tem o intuito de alterar sua nota e por conseguinte buscar a desclassificação de outras agências ou até a redução de suas notas, são apontamentos da recorrente:

- a) Quanto ao INVOLUCRO Nº1: Das razões de fato e de direito que subsidiam a pretensão de reforma deduzia pela recorrente;
- b) Quanto a fragilidade do fundamento que ensejou a desclassificação da recorrente e o apego ao rigorismo exacerbado; b.1 – do apego ao rigorismo exacerbado;
- c) Quanto ao Invólucro nº 03 : Das razões técnicas que subsidiam a pretensão de revisão das notas atribuídas as demais recorrentes; c.1. da inconformidade do guia utilizado (licitante DMD);
- d) Da inconformidade do guia utilizado – licitante NFN – +2 Comunicação;**
- e) Da inconformidade do orçamento apresentado pela Agência TIS (caixa 12);
- f) Da inconformidade da verba total de mídia e das incoerências da proposta da CRIARI(caixa15);
- g) Da inconformidade da verba total de mídia e das incoerências da proposta da NFN (caixa 20) – +2 Comunicação.**

Quanto aos itens relacionados acima às letras “a, b e c, e, f”, impugna-se veemente os apontamentos formulados pela recorrente pois não merecem guarida, requer-se pela improcedência de suas alegações.

**Quanto ao item “d” - Da inconformidade do guia utilizado – licitante NFN – 2+comunicação, relacionado pelo recorrente às fls.18 do recurso apresentado, seguem as seguintes considerações:**

A agência Casa D'Ideias requereu em seu recurso a desclassificação da agência +2 Comunicação, alegando que esta utilizou de forma indevida o guia disponibilizado pela CPL.



A agência +2 Comunicação utilizou de forma correta o guide, levando em consideração o briefing proposto pelo edital. Segue abaixo trecho do mesmo, indicando quais eram os objetivos propostos pela campanha:

#### “VI - A CAMPANHA

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

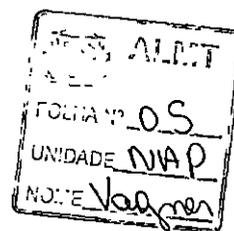
**DE FORMA PRIORITÁRIA:** apresentar de forma eficiente e criativa, os canais de comunicação disponíveis com a população. Que esta sistemática além de apresentar e comunicar tais canais, proporcione o incremento do interesse em conhecer o funcionamento da casa e suas discussões, garantindo maior participação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

Um dos objetivos do briefing consistia em divulgar os canais de comunicação da ALMT, de forma clara e objetiva. Assim, a agência +2 Comunicação divulgou os canais dentro da sua mensagem de comunicação, nomeando e ilustrando com ícones os meios de comunicação, nas peças publicitárias.

Estes mesmos meios estão presentes na “guide” enviada pela CPL, porém com menos destaque, o que dificultaria a compreensão da mensagem pelo público-alvo. Além disso, incluir a mesma arte já presente na campanha, no “guide”, implicaria em redundância da mensagem a ser transmitida.

Dessa forma, justifica-se e comprova-se que a agência +2 Comunicação utilizou de forma correta o “guide”, apenas dando maior destaque aos meios de comunicação da ALMT, objetivo solicitado pelo briefing do edital.



*Cabe ressaltar ainda que a +2 Comunicação é atualmente uma das agências licitadas e é prestadora de serviços à ALMT, e em todas as campanhas realizadas, utiliza de forma correta e assertiva o "guide" institucional da ALMT.*

**Impugna-se a alegação de ilegalidade e de irregularidade na utilização da Guide pela empresa 2+comunicação, requer-se pela improcedência das alegações da recorrente, as regras do edital foram atendidas.**

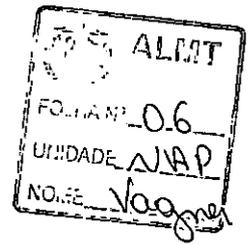
**Quanto ao item g) Da inconformidade da verba total de mídia e das incoerências da proposta da NFN (caixa 20) – 2+ comunicação, considerando as alegações da recorrente temos a considerar:**

A agência Casa D'Ideias relata que a agência +2 Comunicação"- NFN extrapolou a verba total de mídia prevista no briefing, pois registrou em sua planilha de custos de produção 1 animação de banner de site, mas veiculou diferentes formatos em outros sites, o que não é verdade.

As alegações da agência Casa D'Ideias são infundadas, já que o custo de produção de animação para uma peça, banner para site, está informado de forma correta. O fornecedor é contratado para realizar apenas a animação da peça, ficando a adequação dos formatos sob responsabilidade da agência +2 Comunicação.

Tal medida é comum nos serviços internos prestados pela agência +2 Comunicação, gerando economia ao cliente, pois possui um profissional (Diretor de Arte/Criação) responsável por este serviço. Desse modo, todas as outras alegações mencionadas pela agência Casa D'Ideias acerca de inconformidade com a verba total de mídia são infundadas frente a planilha apresentada pela licitante NFN 2+comunicação.

Diante das impugnações apresentadas, requer-se pelo acolhimento da presente peça de resposta e a improcedência do recurso apresentado pela licitante **CASA D'IDEIAS PROPAGANDA E MARKETING LTDA.**



#### IV - CONCLUSÃO

Ante ao exposto, prezando pelo princípio da legalidade, comprova-se a existência de motivos legais de fato e de direito devidamente justificados para que a Comissão de Licitação julgue improcedente o recurso interposto pela empresa **CASA D'IDEIAS PROPAGANDA E MARKETING LTDA.**, mantendo-se assim a sua desclassificação do certame, julgando improcedente suas colocações que tem o intuito de majorar sua pontuação e desclassificar as demais licitantes.

**Requer-se** que as contrarrazões apresentadas sejam recebidas e julgadas procedentes, mantendo-se as notas atribuídas a NFN - "+2 Comunicação".

**Requer-se** ainda e por derradeiro que todas as publicações relativas a este certame sejam remetidas para o e-mail do representante legal da empresa, Sr<sup>a</sup>. Roselane Goularte (roselane.goularte2@gmail.com), sob pena de nulidade.

Nestes Termos

Pede deferimento.

Cuiabá MT, 24 de maio de 2019.

---

**N.F.N. PUBLICIDADE E PROMOÇÃO – EIRELI EPP**  
Representante legal - ROSELANE GOULARTE DOS SANTOS