

MANIFESTAÇÃO AO RECURSO

CONCORRÊNCIA:	001/2019 (SGD 201940282)
OBJETO:	Contratação de até 05 (cinco) agências de Publicidade para a prestação de serviços técnicos de publicidade visando a elaboração de projetos e campanhas da Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso.
RECORRENTE	ÉPOCA PROPAGANDA LTDA

DA ADMISSIBILIDADE RECURSAL

Em juízo de admissibilidade nota-se que o recurso apresentado foi interposto tempestivamente. Nota-se que as partes são legítimas e devidamente representadas, preenchendo os requisitos recursais nos termos da Lei.

RESUMO DOS FATOS E DAS RAZÕES DO RECURSO

Trata-se de Recurso Administrativo interposto pela empresa **ÉPOCA PROPAGANDA LTDA**, na fase de julgamento das Propostas Técnicas, nos autos do Concorrência nº 001/2019, cujo objeto é a Contratação de até 05 (cinco) agências de Publicidade para a prestação de serviços técnicos de publicidade visando a elaboração de projetos e campanhas da Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso, o qual requereu:

“(...) Com o presente recurso, a recorrente insurge contra as notas dadas nos quesitos capacidade de atendimento, repertório, ideia criativa e estratégia de mídia e não mídia, que foram aplicadas sem justificativa satisfatória(...)”

Constata-se a interposição de CONTRARRAZÕES ao presente recurso pelas seguintes empresas:

N.F.N. Publicidade e Promoção Eireli EPP;
Mercatto Comunicação Integrada Ltda;

O presente recurso administrativo fora encaminhado à Subcomissão Técnica para manifestação, por tratar-se de matéria relativa ao julgamento das propostas técnicas, conforme dispõe o item 11.3.6. do instrumento convocatório.



A Subcomissão Técnica emitiu a sua manifestação técnica (cópia anexa), recomendando a improcedência das alegações da ora recorrente, e consequentemente pela manutenção do julgamentos das propostas técnicas, objetos do presente recurso.

No tocante ao mérito do recurso administrativo em análise, denota-se tratar de matéria especificamente técnica, relativa ao julgamento das propostas técnicas, desta forma, esta Comissão Permanente de Licitação acata as razões contidas na manifestação técnica apresentada pela Subcomissão Técnica.

As avaliações e julgamentos, com as justificativas apresentadas pelos membros da Subcomissão Técnica, demonstram a lisura de tais procedimentos, não havendo qualquer elemento que pudesse ser apontado como de irregularidade praticada pela Subcomissão Técnica, favorecendo ou desfavorecendo qualquer das licitantes.

Com fundamento nas considerações proferidas pela Subcomissão Técnica relativamente aos argumentos expostos nos recursos, a Comissão Permanente de Licitação **NÃO RECONSIDERA O JULGAMENTO** proferido.

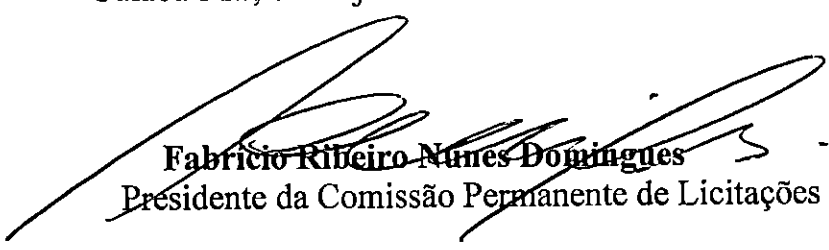
CONCLUSÃO

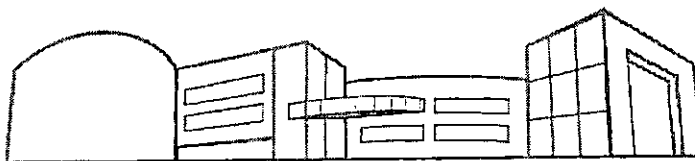
Isto posto, opinamos pelo **conhecimento** do Recurso Administrativo interposto pela licitante **ÉPOCA PROPAGANDA LTDA**, por ser apresentado tempestivamente e preencher demais requisitos legais.

No tocante ao mérito do recurso administrativo em análise, recomendamos o seus **IMPROVIMENTO**, nos termos da manifestação técnica emitida pela Subcomissão Técnica, anexa.

Remeta-se os autos à revisão da Autoridade Hierárquica Superior, conforme estatui o Art. 109 da Lei 8.666/93 para que a mesma possa exarar a sua decisão.

Cuiabá-MT, 08 de julho de 2019.


Fabricio Ribeiro Nunes Domingues
Presidente da Comissão Permanente de Licitações



DECISÃO

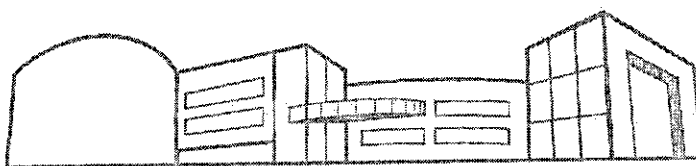
Pelos fundamentos apresentados pela Comissão Permanente de Licitação, bem como a manifestação da Subcomissão Técnica, os quais adotamos como fundamento para esta decisão, CONHECEMOS DO RECURSO e no mérito JULGAMOS IMPROVIDO o presente recurso administrativo, nos termos do artigo 109, parágrafo 4º, da Lei nº. 8.666/93, mantendo-a irreformável pelos seus próprios fundamentos.

Publique-se na imprensa oficial, dando ciência às partes interessadas, para os fins legais.

Cuiabá-MT, 08 de julho de 2019.

EDUARDO BOTELHO
Presidente

MAX RUSSI
Primeiro Secretário



DO FATO 1.

Alega a licitante Época que a Subcomissão Técnica julgou sem isonomia os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Ideia Criativa de sua proposta em comparação com as propostas que entende serem similares à sua, como das concorrentes NFN (+2 Comunicação) e RX Manga. Argumenta, quanto à Ideia Criativa, que NFN e RX Manga repetiram as peças, assim como a Época, mas tiveram notas maiores.

Insurge-se a Época contra o julgamento do julgador 1, que assinalou que "a redação do jornal e da revista não são adequadas a um cartaz". Para a recorrente, sua estratégia garante entendimento para se fazer julgamento contrário ao que lhe foi dado.

A recorrente considera incoerente a justificativa apresentada pelo julgador 3, que assinalou que a proposta da Época foi voltada apenas para os canais de comunicação da Assembleia Legislativa.

A recorrente questiona o julgamento da Subcomissão Técnica para o quesito Capacidade de Atendimento, citando mais uma vez a licitante NFN e também a licitante Criari, fazendo um comparativo entre o seu quadro de funcionários e os das concorrentes citadas, bem como as notas e justificativas apresentadas.

Questiona a recorrente os critérios utilizados pelo julgador 1 no quesito Repertório, que observou predominância de peças de clientes públicos no repertório apresentado pela Época.

A Época questiona também as notas conferidas a ela na Estratégia de Mídia, bem como os critérios utilizados pelos julgadores 2 e 3, que, segundo a recorrente, não apontaram erros e apenas fizeram comentários, e do julgador 1, que apontou ausência de programação de televisão na proposta.

DOS PEDIDOS

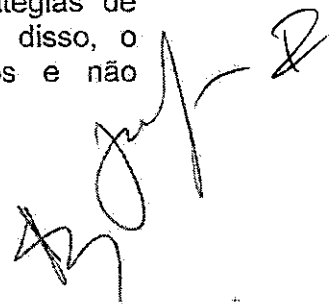
Pede reavaliação das notas pela Subcomissão Técnica.

ANÁLISE DO FATO 1.

Primeiramente, esta Subcomissão Técnica reafirma que procedeu o julgamento das propostas técnicas com base nos preceitos do Edital, primando pela isonomia do processo e o atendimento ao princípio do interesse público.

Procedeu com pontuações justas às concorrentes, aplicando reduções de pontos nos momentos pertinentes e diante de inconsistências identificadas, porém sanáveis, não nocivas ao entendimento acima exposto.

Neste sentido, especificamente quanto às alegações da Época, esta Subcomissão Técnica entende que as propostas possuem estratégias de fixação de mensagem que são similares, não idênticas. Além disso, o julgamento da Ideia Criativa é feito sobre vários subquesitos e não considerando apenas um aspecto, como argumenta a recorrente:



Ao contrário do que diz a proponente Época, enquanto o receptor do anúncio de uma revista ou jornal está com a mídia na mão, com tempo e atenção totalmente dedicados à leitura, o receptor de um cartaz normalmente está em trânsito, sem o mesmo tipo de acesso e dedicação. Por esta razão, um cartaz, ao contrário de um anúncio de jornal e/ou revista, deve ter uma mensagem sintética e direta.

Enquanto o jornal ou revista está no colo de quem lê, o cartaz está praticamente sempre distante e merece diagramação e redação distinta. Utilizar a mesma redação para meios tão distintos é ignorar o meio e o objetivo de cada peça.

Inclusive, este é um dos critérios de avaliação previstos em Edital, especificamente no subitem 9.1, II, alínea "c", x:

"(...) Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos".

O cartaz, por exemplo, poderia ter recebido um subtítulo em complemento ao título, mas não o mesmo texto de apoio da revista e jornal. Tal decisão resultou em um texto longo e com tipologia pequena, criando dificuldade de leitura para o receptor da mensagem.

De maneira que o julgamento desta Subcomissão Técnica, sobre este aspecto, mostra-se pertinente e deve ser mantido.

Em relação ao apontado pelo julgador 3, não há incoerência. Pelo contrário, a campanha deveria não só divulgar os canais de comunicação da ALMT, mas todo o papel que a casa desenvolve com seu trabalho e os resultados disso para a população, conforme descrito no edital:

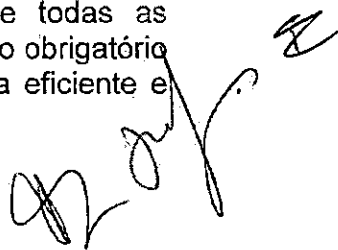
"V – DO PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO A SER RESOLVIDO

(...)

A meta é alcançar a visão de futuro projetada para a ALMT ser reconhecida como o poder do cidadão na construção de uma sociedade melhor. A Assembleia deve ser reconhecida e utilizada como a casa do povo.

Os objetivos desejados são os de ampliar e aprimorar a participação da sociedade nas atividades do Legislativo; fiscalizar os órgãos e entidades da Administração Pública e avaliar as políticas públicas com foco em resultados; consolidar-se como ponto de convergência do poder público e da sociedade na discussão das estratégias e políticas públicas para o desenvolvimento do Estado; direcionar a comunicação para a compreensão e a valorização das atividades do Poder Legislativo; inovar mediante a incorporação de melhores práticas e novas tecnologias de informação e comunicação."

A proponente interpretou erroneamente a observação de que todas as campanhas deveriam informar e fortalecer o papel da ALMT, sendo obrigatório (e prioritário) que todas as peças deveriam apresentar, de forma eficiente e criativa, os canais de comunicação disponíveis.



"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.

Quando citamos o papel da ALMT, destacamos tanto suas funções constitucionais como em relação aos outros papéis que vem assumindo nos últimos anos e de que forma essa atuação pode impactar efetivamente na vida dos mato-grossenses".

Ou seja, a campanha deveria dar uma ideia central que destacasse o papel institucional da ALMT, com a apresentação obrigatória dos canais. A própria agência Época descreve na sua Estratégia de Comunicação, como objetivo específico: "Fortalecer e informar o papel da ALMT, buscando valorização do trabalho do parlamento como instituição e dos parlamentares como legítimos representantes do povo;", fato que não ocorreu na Ideia Criativa.

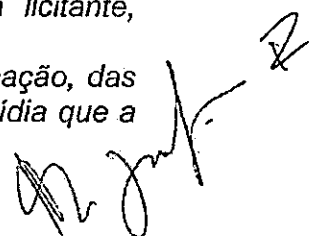
Diante destes dados, a proposta da recorrente, "Quem exerce a cidadania acompanha a Assembleia de perto", conclama o cidadão a acessar os canais sem deixar claro qual o papel da ALMT, que ficou reduzido apenas na "busca do desenvolvimento econômico e social de Mato Grosso".

Sendo assim, como a proposta da Época enfoca os canais de comunicação sem divulgar claramente o papel da ALMT, o julgamento mostra-se correto.

O julgamento da Capacidade de Atendimento também seguiu o previsto no Edital, vejamos:

"II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (máximo 05 pontos)

- a) Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;*
- b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;*
- c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Assembleia;*
- d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;*
- e) Operacionalidade do relacionamento entre a Assembleia e a licitante, esquematizado na proposta;*
- f) Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a*



licitante colocará regularmente à disposição da Assembleia, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato."

Desta forma, a nota final da Capacidade de Atendimento não diz respeito somente ao número e qualificação dos funcionários, mas refere-se a um conjunto de quesitos.

Sobre a capacidade de atendimento da Época, dois julgadores, inclusive, destacaram positivamente o quadro de funcionários (julgadores 1 e 2). Mas, em outros quesitos, foram observados:

- A falta de sistemática de atendimento
- Prazos de entrega longos
- Ausência de mecanismos de pesquisa de audiência para disponibilidade do contrato.

Assim, a nota final da Época da Capacidade de Atendimento levou em consideração não só a quantidade e qualificação da equipe, mas também deficiência em outros quesitos, conforme o entendimento já argumentado por esta Subcomissão Técnica e aplicado quando do julgamento das propostas.

No que se refere ao Repertório, a Subcomissão Técnica analisa o conjunto de ideias criativas apresentadas pelas licitantes no mercado, a qualidade da execução e do acabamento das peças e a clareza das informações prestadas. Ou seja, é a vitrine do trabalho da agência. E, como tal, quanto mais rica, maior a possibilidade de entendimento do conjunto criativo da agência.

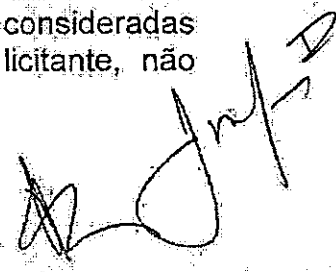
Ao contrário do que sugere a Época, a nota do julgador 1 não foi em função da natureza do cliente (comunicação pública), mas pelo pouco impacto que as peças apresentaram, o que acabou por prejudicar uma melhor avaliação.

De fato, ao assistir as peças, há uma ausência de ideia criativa nas peças de comunicação pública apresentadas, inclusive com grande similaridade entre elas, apesar de serem campanhas distintas. Sendo assim, o julgamento mostra-se correto e pertinente.

Em relação à Estratégia de Mídia, anota-se que a ausência da programação em que a campanha será veiculada prejudica um melhor julgamento, principalmente quanto à consistência do plano simulado de distribuição das peças (subitem 9.2, I, "d", iii). Aspecto que foi considerado pela Subcomissão Técnica durante a fase de julgamento.

Ademais, foram identificadas outras inconsistências na proposta, como no caso do anúncio de jornal, em que o formato defendido é de meia página, mas a precificação para cinco veículos consta como anúncio de página inteira. No caso do anúncio de revista, observa-se que a licitante inverteu os valores a serem aplicados para Veja e Única. Também são inconsistências consideradas quando do julgamento, resultando na pontuação atribuída à licitante, não havendo alterações neste sentido a serem feitas.

CONCLUSÃO:



A Época não traz fatos novos aos olhos da Subcomissão Técnica, que, diante dos argumentos expostos, decide pela manutenção das notas das três agências citadas, sendo elas Época, NFN e RX Manga.

DO FATO 2.

A Época aponta ligação entre a licitante NFN (+2 Comunicação) e a Subcomissão Técnica. A recorrente alega que a senhora Roselane Goularte, proprietária da NFN, é casada com o senhor Eduardo Alexandra Ricci, servidor concursado da Assembleia Legislativa, pai do julgador 3, o senhor Raoni Pedroso Ricci. Apresenta como prova do casamento e da ligação uma foto postada na rede social Facebook do senhor Ivan Belém, em que a senhora Roselane e o senhor Eduardo aparecem juntos.

DOS PEDIDOS

Pede a Época a revogação da licitação e realização de um novo certame.

DAS CONTRARRAZÕES

A NFN alega em suas contrarrazões que sua proprietária nunca foi casada, bem como nunca gozou de vínculo de união estável. Questiona a apresentação de uma foto de Facebook como prova de qualquer tipo de relacionamento e apresenta sua certidão de nascimento como comprovação de sua defesa.

DA ANÁLISE DO FATO 2.

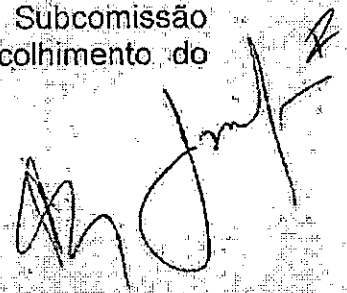
Não há nenhum vínculo da representante da empresa NFN (+2 Comunicação) que afete as disposições de participação descritas no Edital, não havendo nada que desabone os componentes inscritos, sorteados e habilitados para o julgamento do certame.

Em suas contrarrazões, a senhora Roselane Goulart afirmou nunca ter se casado ou constituído união estável em sua vida, apresentando sua certidão de nascimento como comprovação de sua alegação. Salientou ainda, juntando jurisprudências de decisões judiciais em casos semelhantes, que determina que uma foto de Facebook não pode ser premissa, muito menos prova, para um relacionamento de amizade, tampouco de união estável.

Ademais, todos os nomes dos candidatos à Subcomissão Técnica foram divulgados de forma pública e estiverem sob escrutínio das licitantes durante a fase recursal específica deste momento, onde a empresa Época se isentou de qualquer recurso.

CONCLUSÃO

Por estas razões, mantém-se a decisão proferida por esta Subcomissão Técnica, que recomenda à Comissão de Licitação o não acolhimento do recurso interposto pela Época quanto a esse item.



DO FATO 3.

A recorrente acusa a concorrente Imagine de inverdade ao apontar em seu quadro de funcionários o senhor Agimar Gonzaga Monteiro. Segundo a Época, Agimar é funcionário com carteira assinada da produtora Foco, de razão social Osmar Soares Junior-ME, assim como a Época, de propriedade do senhor Osmar Soares, ambas com contrato na Assembleia Legislativa desde 2013.

DOS PEDIDOS

A Época pede que todas as licitantes apresentem documentos que comprovem que os funcionários listados realmente trabalham nas referidas empresas, assim como a comprovação de suas respectivas qualificações profissionais.

DAS CONTRARRAZÕES

Não há contrarrazões por parte da Imagine em relação a este fato.

ANÁLISE DO FATO 3.

Em que pese a ausência de contrarrazões da Imagine quanto as alegações da Época, tem-se que a recorrente as faz somente com base em "conhecimento de causa", não apresentando qualquer dado ou documentação que comprove suas afirmações.

Diante disso, esta Subcomissão Técnica apoia-se no disposto no subitem 2.1, alínea "d" do Edital:

"2.1 A participação nesta Concorrência implica para a licitante:

(...)

d) A responsabilidade pela veracidade das informações e dos documentos que apresentar durante a licitação;"

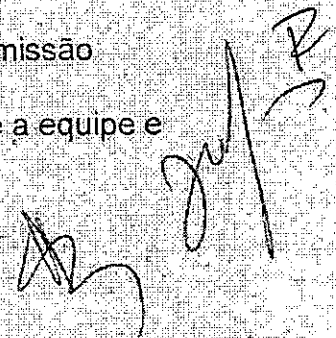
O que não impede a Comissão de Licitação de, quando da assinatura do contrato da prestação do serviço objeto deste processo, caso a referida agência seja uma das vencedoras, exija a comprovação referida pela licitante.

CONCLUSÃO:

Não há medidas a serem adotadas pela Subcomissão Técnica em relação ao pedido da Época.

SÍNTESE DOS PEDIDOS DA ÉPOCA

- Pede providências da Comissão quanto ao julgamento da Subcomissão Técnica, com consequente reavaliação das notas.
- Pede por diligências de inspeção nas licitantes, para averiguar se a equipe e estrutura descritas no Invólucro 3 existem.

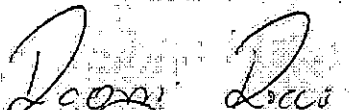


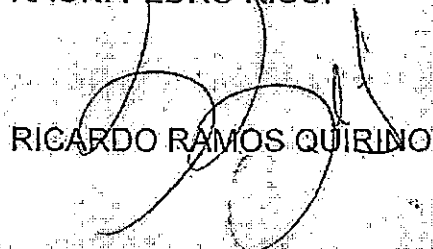
- Em se comprovando a ligação de membro da Subcomissão Técnica com uma das agências classificadas entre as 5 (cinco) primeiras, que a licitação seja revogada.

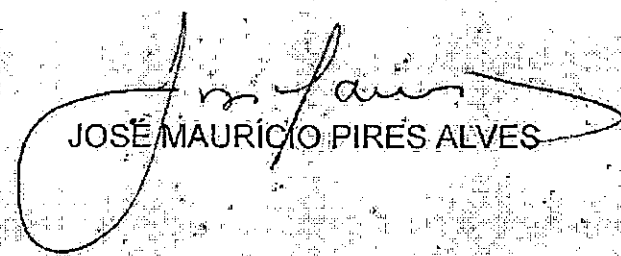
SÍNTESE DA CONCLUSÃO

Esta Subcomissão Técnica mantém sua avaliação e seu julgamento anteriormente proferidos e recomenda à Comissão de Licitação pelo não acolhimento do recurso interposto pela Época.

SUBCOMISSÃO TÉCNICA:


RAONI PEDRO RICCI


RICARDO RAMOS QUIRINO


JOSÉ MAURÍCIO PIRES ALVES