MANIFESTAÇÃO AO RECURSO

CONCONRRÊNCIA:	**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	**SOUL PROPAGANDA EIRELI**

DA ADMINISSIBILIDADE 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 **SOUL PROPAGANDA EIRELI,** na fase de julgamento das Propostas Técnicas, nos autos da 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:

> *"6. PEDIDO*
>
> *Ante o exposto, e por seus próprios fundamentos, requer-se o presente recurso administrativo seja recebido e julgado, para que lhe seja dado total provimento, a fim de que:*
>
> *(i) Sejam designados novos membros da subcomissão técnica, por possível suspeição e/ou inaptidão dos membros atuais, a fim de que se garanta, em tempo, a isonomia desta Licitação;*
>
> *(ii) Sejam revisadas as notas da SOUL, por nova subcomissão técnica, para aplicação correta dos critérios objetivos no edital em sua proposta, a fim de que suas notas sejam majoradas em razão do seu pleno atendimento a todos os*

quesitos definitivos no edital, de forma que ela possa, assim, ser classificada em um dos cinco primeiros lugares; ou

(iii) Caso assim não se entenda, que seja, então, alternativamente, determinada a nulidade desta licitação por vícios e descumprimento à Lei 8.666, à Lei 12.232/2010 e ao Edital, conforme detalhadamente demonstrado neste Recurso. "

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

Luiz G. Rodrigues – Genius Publicidade;
Mercatto Comunicação Integrada Ltda;

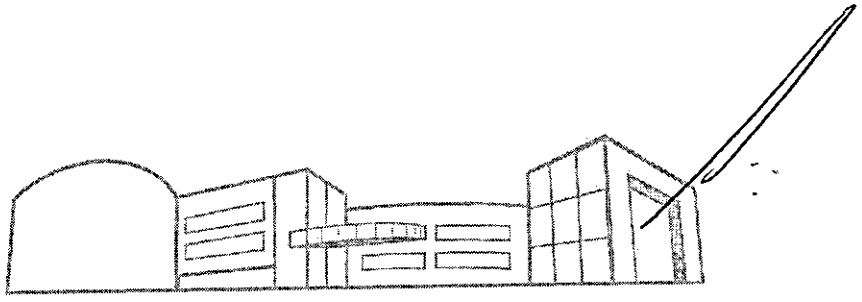
O presente recurso administrativo fora encaminhado à Subcomissão Técnica para manifestação, por tratar-se de matéria relativa ao julgamento das propostas técnicas, conforme dispõe o item 11.3.6. do instrumento convocatório.

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 **SOUL PROPAGANDA EIRELI,** 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.

Fabrício 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

RECURSO DA SOUL

DO FATO 1.

Insurge-se a recorrente contra as avaliações realizadas pela Subcomissão Técnica, alegando afronta aos critérios obrigatórios previstos no Edital.

DOS PEDIDOS

Enseja a desclassificação de licitantes, ou, até mesmo, a nulidade do processo.

ANÁLISE DO FATO 1

O processo de avaliação da Subcomissão Técnica está embasado nos preceitos do Edital, que definiu claramente os quesitos e subquesitos a serem avaliados, além de seguir o estabelecido na lei 12.232/10, e subsidiariamente à lei n. 8.666.

Esta Subcomissão Técnica estabeleceu pontuações justas às participantes, efetuando corte de pontos naquilo que era pertinente sem ferir a legislação, exceto nos casos em que a não desclassificação acarretasse em prejuízo às demais, tornando desigual a disputa.

Este entendimento está amparado também no princípio do interesse público, de modo que se faz salutar submeter a análise o maior número possível de propostas, a fim de se encontrar aquelas mais vantajosas à Assembleia Legislativa de Mato Grosso.

Ocorre que os apontamentos da recorrente são feitos de forma aleatória, descontextualizados e recortados, fugindo dos parâmetros para tentar aplacar suas alegações, tentando imputar vícios inexistentes. Também não trazem fatos novos, ou seja, são aspectos que foram avaliados e julgados tempestivamente pela Subcomissão Técnica.

Chega a ser ofensivo, não só aos componentes da Subcomissão Técnica como, para a Comissão de Licitação, as acusações da recorrente Soul Propaganda sobre possível favorecimento de notas e inobservância dos instrumentos legais.

CONCLUSÃO

Diante do exposto, verifica-se a improcedência das alegações da recorrente.

DO FATO 2.

A recorrente questiona os critérios utilizados no seu julgamento no quesito Capacidade de Atendimento, fazendo uma comparação de sua estrutura física e de profissionais com as licitantes Criari, DMD, Tis e NFN (+2 Comunicação). Alega a Soul que sua nota fora maior que as das concorrentes citadas, porém a diferença na pontuação foi pequena diante da diferença entra suas estruturas e quadros profissionais.

ANÁLISE DO FATO 2.

Vejamos o disposto no Edital quanto aos critérios de avaliação do quesito Capacidade de Atendimento:

"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."

Observa-se, desta forma, que a nota final da Capacidade de Atendimento não reflete somente a avaliação do número e qualificação dos funcionários, mas um conjunto de quesitos.

Ou seja, a Capacidade de Atendimento das licitantes não foi julgada com base, única e exclusivamente, pelo número de quadro de profissionais e estrutura. Tais itens da empresa Soul foram, inclusive, pontos de destaque positivo no julgamento dos componentes da Subcomissão.

Enquanto isso, suas concorrentes, apesar de não possuírem a mesma estrutura e quantidade de profissionais, também apresentaram o quadro requisitado de colaboradores qualificados que atendem às exigências do Edital, além de atenderem a outros quesitos, devidamente justificados por esta Subcomissão.

CONCLUSÃO

Diante do exposto, verifica-se a improcedência das alegações da recorrente.

DO FATO 3.

A Soul novamente questiona o julgamento da Subcomissão, desta vez acusando de falha grave da licitante TIS Propaganda por apresentar em sua proposta a empresa GFK para futuro consumo de "Informação de Marketing e Comunicação", afirmando que a empresa encerrou suas atividades no Brasil, em 2017, para medição de audiência de mídia.

DAS CONTRARRAZÕES

A TIS Propaganda confirma que inseriu a GFK em sua proposta, e que colocou à disposição de um futuro contrato os serviços de pesquisa de mercado oferecidos pela empresa no Brasil, que considera importante para o consumo da licitante no atendimento a um cliente como a Assembleia Legislativa.

DA ANÁLISE DO FATO 3.

A Subcomissão Técnica já tinha conhecimento de que a empresa não disponibilizava no Brasil serviços de pesquisa e audiência, porém mantém operações no País em outros departamentos. Em sua proposta, a TIS elencou a importância da empresa no fornecimento de informações de pesquisas de mercado, consideradas por essa Subcomissão de relevância para a comunicação. Ademais, no julgamento, foi levada em consideração também as várias outras ferramentas de pesquisa de audiência listadas na proposta da TIS e que atendem o item 9.2, inciso II, alínea "f".

CONCLUSÃO

Esta Subcomissão Técnica, portanto, entende que são improcedentes as alegações da recorrente.

DO FATO 4.

Questiona a recorrente o fato de 10 licitantes terem alcançado a mesma nota, 3,67 pontos, no quesito Relatos de Solução de Problemas de Comunicação, questionando os critérios utilizados.

ANÁLISE DO FATO 4.

Reitera-se que esta Subcomissão Técnica estabeleceu pontuações justas às participantes com base nos preceitos do Edital, efetuando corte de pontos naquilo que era pertinente sem ferir a legislação, exceto nos casos em que a não desclassificação acarretasse em prejuízo às demais, tornando desigual a disputa.

Este entendimento está amparado também no princípio do interesse público, de modo que se faz salutar submeter a análise o maior número possível de propostas,

a fim de se encontrar aquelas mais vantajosas à Assembleia Legislativa de Mato Grosso.

A Subcomissão Técnica também apresentou as devidas justificativas acerca de suas decisões, obedecendo os critérios previstos em Edital.

Ademais, a recorrente não apresenta fatos novos em seu recurso, tratando-se de aspectos que foram considerados quando do julgamento por esta Subcomissão Técnica.

CONCLUSÃO
Entende esta Subcomissão Técnica que as alegações da recorrente são improcedentes.

DO FATO 5.
A recorrente alega que o julgador 1 da Subcomissão Técnica não tem conhecimento de Mato Grosso e seu mercado, o que teria prejudicado sua avaliação na proposta apresentada pela Soul no quesito Relato de Solução de Problemas de Comunicação, fazendo comparação direta com a avaliação do julgador 1 no mesmo quesito na proposta da agência Criari e DMD, além de criticar os critérios e justificativas apresentadas por toda a Subcomissão.

DAS CONTRARRAZÕES
A DMD defende as notas atribuídas a ela no quesito Capacidade de Atendimento, afirmando que a Soul deixou de observar sua estrutura física altamente moderna e completa, quadro profissional qualificado e experiente, além da recorrida estar instalada em um espaço físico de 1.500 metros quadrados.

A Criari não apresentou contrarrazões ao recurso.

ANÁLISE DO FATO 5.
A Subcomissão embasou seus julgamentos com base em uma análise técnica e não de mercado, seguindo o que versa o Edital:

"IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (máximo 05 pontos)
a) Evidência de planejamento publicitário;
b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
c) Relevância dos resultados apresentados;
d) Concatenação lógica da exposição."

Ou seja, não era e nem é papel do julgador se basear em uma análise e/ou conhecimento do mercado local ou regional, mas, sim, de forma profissional, julgar com base nos relatos apresentados pelas agências e referendados pelos clientes.

Todas as justificativas apresentadas com as notas não foram feitas de acordo com visão particular de cada anunciante ou agência, mas dos fatos relatados e apresentados no caderno, da descrição de cada um deles. Assim, as justificativas se limitam ao relato, ao documento que compõem o caderno juntamente com as respectivas peças de exemplo.

Em relação ao Malai, para o julgador 1, o desafio se mostrou simples porque era para lançar um produto que "foi projetado desde o início para ser um dos principais resorts do país e o maior da região Centro-Oeste, em uma paisagem exuberante e ricas em belezas naturais situada próxima à capital mato-grossense, o mais importante polo do agronegócio do país", ou seja, tinha todos os atributos para gerar grande expectativa.

No caso da Amaggi, a justificativa do julgador 1 é totalmente plausível porque, como descreve o próprio relato da Soul, "o desafio era atingir todo este público disperso no globo, de colaboradores em fazendas nos rincões do cerrado, a funcionários em unidades isoladas às margens do Rio Amazonas ou em escritórios distantes, como em Hong Kong. Locais distantes entre si, alguns com dificuldade de conectividade, diferenças de idiomas e de culturas, seja por motivos regionais, por diferentes níveis de escolaridade e sociais ou por diversidade de vivências". O desafio era o oposto do case do Malai porque passava por questões regionais, linguísticas, sociais, de acesso à internet e culturais.

Foi julgado o conjunto dos quesitos. A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução variou de acordo com cada proponente e relato, mas o critério de julgamento seguiu a mesma linha definida no Edital e nos resultados referendados pelos clientes que, no relato da Criari citado como exemplo pela Soul, traz o referendo do cliente endossando que as ações executadas "revelaram-se extremamente positivas, ao ponto de atingir nos primeiros 30 dias de campanha a superação das metas de vendas propostas, resultado esse que, também, se repetiu nos meses seguintes".

CONCLUSÃO:

Entende esta Subcomissão Técnica que as alegações da recorrente são improcedentes.

DO FATO 6.
Classifica como "similares" as campanhas apresentadas por DMD, Genius e TIS Propaganda, mas critica a maior nota à DMD em relação às demais citadas, alegando que a Subcomissão Técnica deixou de observar o descumprimento do briefing na utilização do "guide" por parte da licitante DMD. Julga que este fato imputa inaptidão aos julgadores.

DAS CONTRARRAZÕES
A DMD argumenta que sua campanha seguiu o que determina o Briefing e os esclarecimentos quanto ao desafio de comunicação proposto. Alega também que não desatendeu o Edital quanto à utilização do "guide" em sua proposta, citando o Pedido de Esclarecimento nº 17 como orientação para possível adaptação do mesmo quando necessário.

ANÁLISE DO FATO 6.
Apesar de os esclarecimentos não serem vinculantes, a Subcomissão Técnica, quando do julgamento das propostas, entendeu que algumas licitantes usaram de forma completa o "guide" e outras parcialmente ou com adaptações.

As licitantes que fizeram o uso parcial sofreram perda de pontos e, portanto, não cabe mais falar em penalização neste sentido.

Aliás, este foi o entendimento da Subcomissão Técnica durante o julgamento de todas as propostas. Foram aplicadas penalizações (cortes de pontos) em todos os casos de problemas sanáveis, que não comprometam em totalidade as estratégias e conteúdos apresentados, exceto quando a não desclassificação acarretasse em prejuízo às demais participantes, tornando desigual a disputa, ou ao interesse da instituição, prejudicando a busca pelas propostas mais vantajosas.

CONCLUSÃO
Entende esta Subcomissão Técnica que as alegações da recorrente são improcedentes.

DO FATO 7.
Questiona a Soul os critérios utilizados e as justificativas apresentadas pela Subcomissão Técnica nas avaliações relativas ao quesito Ideia Criativa, apontando descumprimento do briefing pelas licitantes Criari e DMD.

ANÁLISE DO FATO 7.
Inicialmente, vejamos o que traz o Briefing do Edital:

(...)

Pergunta: A prioridade da campanha é apresentar à população os canais próprios de comunicação que a ALMT possui para estabelecer diálogo com o público, citados na página 70 do edital?

Resposta: A campanha tem como finalidade primordial buscar conscientizar a sociedade mato-grossense sobre a importância do Poder Legislativo e contribuir para seu fortalecimento, despertar o interesse da população pelos temas da política, em especial sobre o trabalho do Legislativo, considerados de difícil compreensão; incentivar a participação do cidadão como exercício de cidadania; valorizar o parlamentar como protagonista nas decisões mais importantes para a sociedade mato-grossense.

Deverá também apresentar de forma eficiente e criativa os canais de comunicação disponíveis com a população, de forma a fortalecer e informar o papel da Assembleia Legislativa."

Desta forma, todas as campanhas foram avaliadas neste sentido: a ideia central é mostrar o papel da ALMT com a divulgação prioritária dos canais de comunicação.

As campanhas de cada licitante, em seu conjunto de peças e linguagem apresentada, deveriam atingir estes termos, seguindo os preceitos definidos nos quesitos e subquesitos de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária, que nortearam a Subcomissão Técnica.

Assim, todas que destacaram o papel da ALMT e divulgaram os canais de comunicação pontuaram de alguma forma, com a diferenciação feita de acordo com o atendimento aos quesitos, havendo, conforme já ressaltado, o corte de pontuação nos casos pertinentes.

CONCLUSÃO

Entende esta Subcomissão Técnica que as alegações da recorrente são improcedentes.

DO FATO 8.

A Soul compara as propostas das licitantes DMD e ZF no quesito Ideia Criativa, afirmando que as duas tiveram entendimentos contrários quanto ao Briefing, mas receberam avaliações positivas da Subcomissão.

ANÁLISE DO FATO 8.

Conforme já demonstrado, o julgamento da Subcomissão Técnica foi feito com base nos preceitos do Edital. Procedeu-se pontuações justas às licitantes, com

"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."

Todas as campanhas deveriam informar e fortalecer o papel da ALMT, sendo obrigatório (e prioritário) que as peças apresentassem, de forma eficiente e criativa, os canais de comunicação disponíveis, conforme complementa o item VI do Briefing:

"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.

Quando citamos o papel da ALMT, destacamos tanto suas funções constitucionais como em relação aos outros papeis 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 trazer uma ideia criativa que destacasse o papel institucional da ALMT, com a apresentação obrigatória dos canais. Esta compreensão do Briefing foi reforçada no Pedido de Esclarecimento 3, abaixo descrito:

"Na página 73, no item VI – CAMPANHA é falado que se espera das agências de publicidade licitantes no presente certame que desenvolvam a apresentem uma campanha de caráter institucional.

respectivos cortes de pontos nos casos pertinentes, levando-se também em conta o princípio da isonomia da disputa e do interesse público.

Não há fatos novos lançados pela Soul às questões que já foram observadas e julgadas pela Subcomissão Técnica no momento oportuno.

CONCLUSÃO:
Entende esta Subcomissão Técnica, diante do exposto, que as alegações da recorrente são improcedentes.

DO FATO 9.
A Soul questiona os critérios utilizados pela Subcomissão Técnica no julgamento da Estratégia de Mídia e Não Mídia, fazendo uma comparação das notas e justificativas apresentadas nos julgamentos das licitantes ZF, Soul, Nova SB, DMD, NFN e Genius.
Em relação à Genius, especificamente, alega a Soul que a licitante não apresentou a programação de televisão e rádio em sua proposta.

DAS CONTRARRAZÕES
A Genius alega que apresentou a programação de televisão nas páginas 18, 19, 20 e 21 do envelope 1.

DA ANÁLISE DO FATO 9.
Mantêm-se o entendimento da Subcomissão Técnica de que eventuais inconsistências das propostas, desde que sanáveis, ou seja, que não comprometam seu conteúdo em totalidade, foram avaliados quando do ato de julgamento, havendo cortes nas pontuações nos casos pertinentes.

Reitera-se que os julgadores já haviam identificado, ao julgar a proposta técnica da Genius, inconsistências que prejudicaram a avaliação de sua Estratégia de Mídia, principalmente com relação a quantidade de inserções por programa e uso de tabelas de preços desatualizadas. Não se tratam, no entanto, de questões insanáveis.

O mesmo ocorre em relação à Soul. Conforme entendeu a Subcomissão Técnica, sua Estratégia de Mídia também apresentou inconsistências, como na distribuição dos recursos para os diferentes meios propostos, assim como o uso de tabelas de preços defasadas. Se não insanável, trata-se de aspecto que foi levado em conta no julgamento, refletindo-se na pontuação obtida pela licitante.

Veja-se que o Edital, no subitem 9.2, I, alínea "d", enumera os critérios que serão avaliados quanto à Estratégia de Mídia e Não Mídia:

"d) Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 10 pontos):
i. Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo;
ii. Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
iii. Consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação aos dois subitens anteriores;
iv. Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Assembleia Legislativa;
v. Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
vi. Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa".

Ora, em que pese a discordância da recorrente quanto ao julgamento da Subcomissão Técnica, tem-se que o mesmo foi perfeitamente embasado no prescrito pelo Edital.

CONCLUSÃO:
Entende esta Subcomissão Técnica que as alegações da recorrente são improcedentes.

DO FATO 10.
A recorrente questiona mais uma vez os critérios utilizados pela Subcomissão Técnica para julgar o quesito Repertório, citando como exemplo a nota atribuída à agência Criarí, que apresentou uma espera de chamada telefônica como peça a ser avaliada. Junta ao seu recurso cópia de julgamento de licitação feita pelo Governo do Estado de Mato Grosso como exemplo positivo e mais uma vez acusa a inaptidão dos julgadores e desobediência aos critérios definidos pelo edital.

DA ANÁLISE DO FATO 10.
Os critérios utilizados para julgamento do Repertório foram os previstos no Edital:

"III – REPERTÓRIO (máximo 05 pontos)
a) Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
b) Qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
c) Clareza da exposição das informações prestadas."

O item 6.4 do Edital define que, para o Repertório, poderiam ser apresentadas peças de qualquer natureza de comunicação:

"6.4.1. No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição."

Desta forma, mesmo uma espera telefônica poderia ser avaliada, desde que acompanhadas das respectivas fichas técnicas, inclusive o problema que cada peça se dispôs a resolver. Diante disso, o conjunto de Repertório apresentado pelas licitantes foi avaliado de forma correta e precisa, seguindo os critérios de julgamento, que vão desde a qualidade da execução das peças apresentadas até a pertinência ao problema que se propôs a resolver.

Mais uma vez, todas as especificidades, características e eventuais inconsistências das propostas técnicas foram identificadas quando do julgamento das mesmas, tendo a Subcomissão Técnica definido cortes nas pontuações atribuídas às licitantes nos casos pertinentes e não insanáveis.

CONCLUSÃO:
Entende esta Subcomissão Técnica que as alegações da recorrente são improcedentes.

SÍNTESE DOS PEDIDOS DA SOUL
- Designação de novos membros da Subcomissão Técnica.
- Revisão das notas da Soul por nova Subcomissão Técnica.
- Sendo indeferidos os pedidos anteriores, seja determinada a nulidade do processo licitatório.

SÍNTESE DA CONCLUSÃO
Diante do exposto, entende esta Subcomissão Técnica pelo não provimento dos pedidos apresentados pela Soul.

SUBCOMISSÃO TÉCNICA:

RAONI PEDRO RICCI

JOSÉ MAURÍCIO PIRES ALVES

RICARDO RAMOS QUIRINO