

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	LUIZ G. RODRIGUES – GENIUS PUBLICIDADES

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.

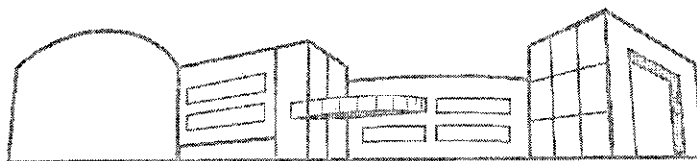
RESUMO DOS FATOS E DAS RAZÕES DO RECURSO

Trata-se de Recurso Administrativo interposto pela empresa **LUIZ G. RODRIGUES – GENIUS PUBLICIDADES**, 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:

“(...) 4 – CONCLUSÃO

Diante dos fatos abordados no decorrer desta peça, pedimos encarecidamente que nossas pontuações sejam avaliadas a fim de serem majoradas, por ser justo e legalmente fundamentadas.

Ainda, que considerada a desclassificação da empresa CRIARI, por estourar os limites de verba disponibilizada, não utilizar a tabela cheia conforme edital exigia, errar na aplicação da marca da ALMT, e omitir custos em seus orçamentos, por ser justo e legal. Se entenderem ainda assim não ser o caso de desclassificação, que seja a sua pontuação significativamente diminuída nos itens arrolados,



inclusive a capacidade de atendimento, que por si só não prospera em obter uma nota igual à desta concorrente.

Ainda, que seja considerado a desclassificação da empresa TIS, por estourar os limites da verba disponibilizada, não utilizar tabela cheia conforme o edital exigia, e omitir custos em seus orçamentos, por ser o justo e o legal. Se entenderem ainda assim não ser o caso de desclassificação, que seja a sua pontuação significativamente diminuída os itens arrolados, inclusive a capacidade de atendimento, que por si só não prospera em obter uma nota igual à desta concorrente.

Ainda, que seja considerado a desclassificação da empresa NOVASB, por estourar os limites da verba disponibilizada, não utilizar tabela cheia conforme edital exigia, ultrapassar os 30 dias de campanha exigidos em edital, e omitir custos em seus orçamentos, por ser o justo e legal. Se entenderem ainda assim não ser o caso de desclassificação, que seja sua pontuação significativamente diminuída nos itens arrolados."

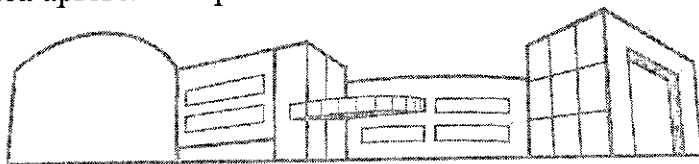
Constata-se a interposição de CONTRARRAZÕES ao presente recurso pelas seguintes empresas:

Criari Comunicação Ltda EPP;
Mercatto Comunicação Integrada Ltda;
Tis Propaganda.

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.

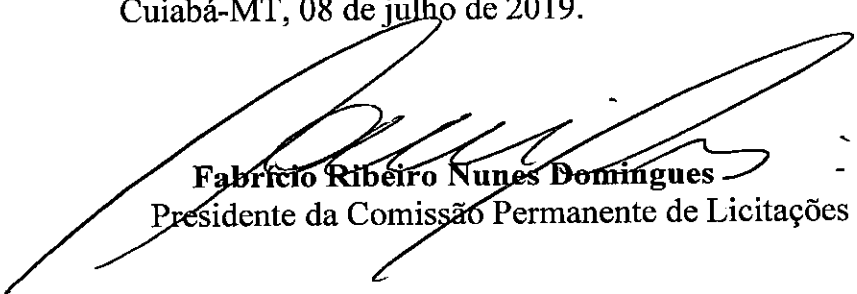
CONCLUSÃO

Isto posto, opinamos pelo **conhecimento** do Recurso Administrativo interposto pela licitante **LUIZ G. RODRIGUES – GENIUS PUBLICIDADES**, por ser apresentado tempestivamente e preencher demais requisitos legais.

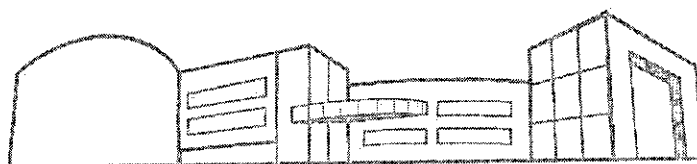
No tocante ao mérito do recurso administrativo em análise, recomendamos o seus **IMPROVIMENTO**, nos termos da manifestação técnica emitida pela Subcomissão Técnica, anexa.

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



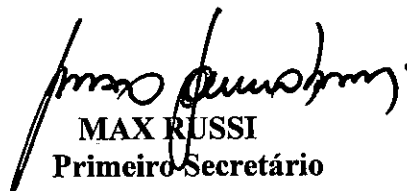
DECISÃO

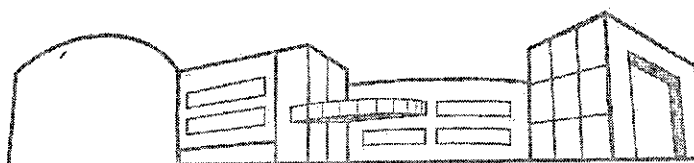
Pelos fundamentos apresentados pela Comissão Permanente de Licitação, bem como a manifestação da Subcomissão Técnica, os quais adotamos como fundamento para esta decisão, CONHECEMOS DO RECURSO e no mérito JULGAMOS IMPROVIDO o presente recurso administrativo, nos termos do artigo 109, parágrafo 4º, da 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 BÓTELHO
Presidente


MAX RUSSI
Primeiro Secretário



DO FATO 1.

Em seu recurso, alega a Genius em relação à Criari:

Que a Estratégia de Mídia da Criari apresenta valores incorretos quanto à mídia Jornal A Gazeta.

Equívoco da Criari no seu orçamento de produção, no que se refere à animação de Fullbanners de internet. Discorre a Genius que a Criari prevê 7 (sete) banners de internet em sua estratégia, no entanto orçou a produção (animação) de apenas 1 (um).

Que a Criari prevê valor inverossímil para a impressão de empena. Apresenta orçamento neste sentido.

Que a Criari não fez constar em seus custos de produção o valor referente a "entrega de link", procedimento obrigatório em caso de veiculação na TV Centro América (Globo).

Que a Criari menciona adaptações em formato de vídeo para as redes sociais, mas não prevê o custo de produção deste serviço.

Que a Criari utilizou de forma incorreta a marca da ALMT, ao desconsiderar o manual de marca fornecido ao longo do certame.

Que a peça "adesivo em espelho de banheiro" proposto pela Criari é ineficaz, por não atingir público-alvo correto, defendendo a reavaliação da nota da concorrente.

Que a estrutura apresentada pela Criari está defasada. Compara as informações e conclui que ela, Genius, tem capacidade de atendimento superior à da Criari.

Apresenta um quadro comparativo com informações sobre funcionários, estrutura própria, tempo de existência, clientes mais antigos e mais relevantes, prêmios, aparelhos de tecnologia e veículos de ambas as licitantes.

Demonstra que as notas alcançadas por elas foram as mesmas ou muito próximas quanto a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas. Questiona o entendimento dos julgadores e pede reavaliação parcial de suas notas.

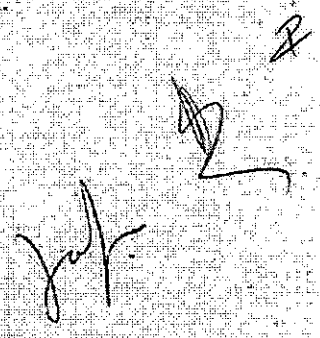
DOS PEDIDOS

A Genius aponta deslealdade da concorrente Criari diante das demais licitantes. Pede a desclassificação da Criari por descumprimento do Edital.

Em caso de não desclassificação da Criari, que seja revista a pontuação pelo fato de a concorrente possuir pouca estrutura e carteira de clientes pouco expressiva.

DAS CONTRARRAZÕES

A Criari alega que:

Handwritten signature and initials in the bottom right corner of the page.

- O orçamento do Jornal A Gazeta foi repassado pelo veículo e que não há no Edital a obrigatoriedade de apresentar a tabela de preços com o valor obtido junto aos veículos.
- Custo de animação de Fullbanner está correto por tratar-se de apenas uma produção com adaptação de formatos.
- O orçamento da produção de "empena" está correto, anexando dois orçamentos.
- O custo da "entrega de link" está embutido no valor de produção do VT.
- O custo de adaptações de vídeo para redes sociais está embutido no preço da produção do VT.
- Utilizou a marca ou slogan da ALMT em conformidade com o "manual da marca" disponibilizado pela instituição.
- O adesivo de banheiro contempla parte do público-alvo da campanha.
- Atende às exigências do Edital quanto a Capacidade de Atendimento.

ANÁLISE DO FATO 1.

Primeiramente, reiteramos que esta Subcomissão Técnica estabeleceu pontuações justas às participantes, efetuando corte de pontos naquilo que era possível sem ferir a legislação. 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.

Desta maneira, quanto à animação de Fullbanners, reitera-se o entendimento desta Subcomissão Técnica de que as empresas recorridas apresentaram soluções diversas, porém, nenhuma delas altera o valor total da campanha. Portanto, não incorrem em penalidades de perda de pontos ou desclassificação.

Em relação a custos para produção de "empena", a Criari apresentou orçamentos comprovando o previsto em sua Proposta Técnica. Da mesma forma, esclarece a licitante que os custos de "envio de link" e adaptação de formato de VT estão incorporados à cotação da produção de tal peça. De modo que não há qualquer nova decisão a ser tomada neste sentido.

Esta Subcomissão Técnica, no julgamento, entendeu que algumas licitantes usaram de forma completa o "guide" e outras parcialmente ou com adaptações. As licitantes que fizeram algum tipo de adaptação quanto ao uso da marca sofreram perda de pontos e, portanto, não cabe mais falar em penalização neste sentido.

Em que pese a estrutura física da Criari ser menor, ainda assim ela apresenta em sua proposta um redator/planejamento e dois diretores de arte formados em Publicidade. Ao passo que a Genius apresenta apenas um redator e um diretor de arte com ensino superior em seu setor de criação.

Quanto a Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação, observa-se em linhas gerais que ambas as agências apresentaram conteúdos semelhantes. A Criari obteve pequena diferença por apresentar um cliente do setor público, por exemplo, demonstrando maior conhecimento da área pertinente a este processo.

[Handwritten signatures and initials]

Em relação aos valores aplicados no Jornal A Gazeta, esta Subcomissão Técnica constatou a inconsistência e procedeu respectivo corte de pontuação da licitante, quando do julgamento, conforme entendimento já exposto nesta análise.

CONCLUSÃO:

A Subcomissão Técnica mantém as pontuações atribuídas à recorrida nos temas até aqui abordados.

DO FATO 2.

Alega a Genius em relação à TIS Propaganda:

Que a TIS Propaganda não atendeu ao Briefing, deixando de defender os meios de comunicação escolhidos em sua Estratégia de Mídia. Não fala dos recursos próprios da ALMT.

Que a TIS Propaganda não fez constar em sua Proposta Técnica custos referentes a animação e Fullbanner para internet.

Que lançou valores maiores que os de tabela padrão para a mídia Jornal A Gazeta.

Que não lançou o valor referente à "entrega de link" para veiculação de peça na TV Centro América (Globo).

Que a TIS Propaganda salvou arquivos eletrônicos em desacordo com o Edital.

Que a TIS Propaganda tem menos estrutura que a Genius e, mesmo assim, obtiveram a mesma pontuação na Capacidade de Atendimento.

Apresenta um quadro comparativo com informações sobre funcionários, estrutura própria, tempo de existência, clientes mais antigos e mais relevantes, prêmios, aparelhos de tecnologia e veículos de ambas as licitantes.

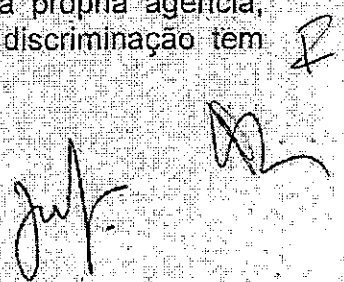
DOS PEDIDOS

Pede a desclassificação da TIS Propaganda. Em caso de não desclassificação que seja revista a pontuação pelo fato de a concorrente possuir pouca estrutura e carteira de clientes pouco expressiva.

DAS CONTRARRAZÕES

A TIS Propaganda alega que:

- Atendeu às exigências do Briefing quanto a defender os meios de comunicação escolhidos e os recursos próprios da ALMT, trazendo evidências do atendimento em seu plano de comunicação.
- A animação de Fullbanner para Internet é um serviço executado pela própria agência, quando da finalização da peça, e por se tratar de custo interno, sua discriminação tem vedação expressa no Edital.



- O orçamento do anúncio no jornal A Gazeta está em conformidade com a tabela cheia do veículo, conforme preconiza o Edital. Apresenta tabela anexo.
- O custo de "entrega de link" está embutido no valor de produção do VT. Apresenta orçamento anexo.
- Os nomes dos arquivos entregues em sua Proposta Técnica estão em conformidade com as exigências do Edital.
- Seus equipamentos estão atualizados, possui melhor carteira de clientes, corpo técnico superior ao da Genius e sua estrutura atende aos pedidos do Edital.

ANÁLISE DO FATO 2.

Conforme já dissertado, esta Subcomissão Técnica estabeleceu pontuações justas às participantes do processo, quando do julgamento das propostas, procedendo inclusive a redução de pontos quando necessário, levando em conta os princípios do interesse público e da igualdade na disputa. Portanto não é o caso, neste momento, de reavaliação quanto à estrutura e capacidade de atendimento, peças ou estratégias apresentadas pelas concorrentes nos invólucros 1 e 3.

Neste sentido, decide pela manutenção das notas da TIS Propaganda, entendendo que o recurso apresentado pela Genius neste ponto não deve ser provido pela Comissão de Licitação.

Reafirma-se o entendimento acerca do custo de produção de Fullbanner. A TIS Propaganda informa que tal procedimento faz parte de seus custos internos. Desta forma, não altera o valor total da campanha e, portanto, não incorre em penalidade de perda de pontos ou desclassificação.

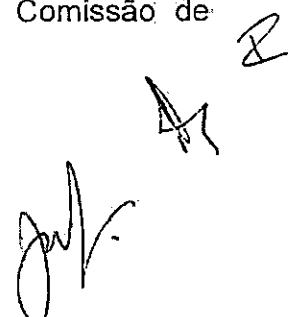
Situação semelhante ocorre em relação aos valores de mídia no Jornal A Gazeta. Não faria sentido a licitante majorar os custos, o que, em tese, prejudicaria sua performance na Estratégia de Mídia. Além disso, a TIS Propaganda apresentou esclarecimentos quanto ao cálculo do valor estipulado tendo como base a tabela de preços do veículo anexa ao seu contrarrecurso. Não havendo nenhum fato novo que exija revisão por parte desta Subcomissão Técnica.

Se o custo de "envio do link" está incluso no orçamento de produção da peça, não há qualquer alteração no valor da proposta apresentada e, portanto, permanece a avaliação da forma em que está.

Esta Subcomissão Técnica verifica e atesta que os arquivos apresentados pela TIS Propaganda estão em conformidade com o estabelecido no Edital. Rejeita alegações contrárias.

CONCLUSÃO:

Pelos motivos expostos acima, esta Subcomissão Técnica recomenda à Comissão de Licitação o não acolhimento do pedido da Genius.

Handwritten signature and initials in the bottom right corner of the page.

DO FATO 3.

Alega a Genius em relação à Nova/SB:

Que a Nova/SB extrapolou o prazo de veiculação da campanha, que deveria ser de 30 dias, conforme estipulado no Briefing.

Que a Nova/SB aplicou desconto no valor da veiculação de anúncio no Jornal A Gazeta, passando a competir em deslealdade contra os outros licitantes.

Que a Nova/SB reduziu em R\$ 200,00 o custo de produção de Fullbanner de internet.

Que a Nova/SB não lançou o valor referente à "entrega de link" para veiculação de peça na TV Centro América (Globo).

Que a Nova/SB salvou arquivos eletrônicos em desacordo com o Edital.

DOS PEDIDOS

Pede a desclassificação da Nova/SB.

DAS CONTRARRAZÕES

Não há contrarrazões da Nova/SB às alegações da Genius.

DA ANÁLISE DO FATO 3.

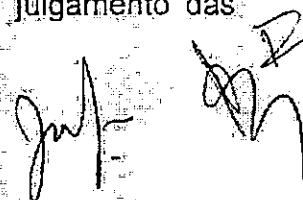
Em que pese o fato de a Nova/SB não apresentar contestação ao recurso da Genius, restam que as alegações da recorrente não merecem razão. Esta Subcomissão Técnica procedeu o julgamento das propostas em tempo oportuno dentro do certame e procedeu as pontuações dos concorrentes com base nos critérios de avaliação, praticando os cortes de pontos nos casos pertinentes.

Primeiramente, considera esta Subcomissão Técnica que exceder o prazo de veiculação da campanha configura-se erro meramente formal. Por ser possível de ser sanado por meio de ajuste na quantidade de dias, não compromete toda a Proposta Técnica da licitante.

Em relação aos valores da mídia no Jornal A Gazeta, verifica-se que a licitante recorrida prevê no texto de sua Estratégia de Mídia, bem como no quadro-resumo, anúncio de ¼ (um quarto) de página, lançando valor correspondente à tabela cheia do veículo. Ocorre mero erro formal no quadro de distribuição, pois onde deveria constar na legenda a letra Q (referente a anúncio de ¼), consta a letra F (referente a anúncio de 1 página).

Este erro formal confirma-se no valor lançado no referido mapa de distribuição, que é o mesmo do quadro-resumo, ou seja, referente ao preço do anúncio de ¼ de página. De forma que não assiste razão a Genius em suas alegações quanto ao possível desconto nos valores aplicados sobre o referido veículo.

Quanto a inconsistências de preços, como do custo de produção de Fullbanner e do valor referente à "entrega de link", como aponta a Genius em relação à Nova/SB, esta Subcomissão Técnica reitera que tais pontos foram avaliados quando do julgamento das



propostas, tendo feito a consequente redução na pontuação das licitantes nos casos pertinentes.

O mesmo foi aplicado em se tratando da proposta da Nova/SB. Não se tratam de questões insanáveis e, portanto, não contaminam em sua totalidade o conteúdo apresentado pela licitante, porquanto a pontuação reflete que tais inconsistências foram identificadas e julgadas em tempo.

Esta Subcomissão Técnica verifica e atesta que os arquivos apresentados pela Nova/SB estão em conformidade com o estabelecido no Edital. Não procede a alegação de irregularidade neste sentido.

CONCLUSÃO

Não há qualquer fato novo apresentado quanto à Proposta Técnica da Nova/SB, de modo que sua pontuação e classificação mantêm-se inalterados, pelo que recomenda-se à Comissão de Licitação o não acolhimento do recurso quanto a esse item.

DO FATO 4.

Em sua própria defesa, traz a Genius:

Contraponto às observações dos julgadores quanto ao julgamento do conteúdo do Invólucro 1 – especialmente em relação à Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia.

Contraponto às observações dos julgadores quanto ao julgamento do conteúdo do Invólucro 3 – especialmente quanto a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação.

DOS PEDIDOS

Pede a Genius a reavaliação de suas notas e consequente majoração das mesmas.

DA ANÁLISE DO FATO 4.

Verifica-se que este também é um caso que se enquadra no posicionamento previamente adotado por esta Subcomissão Técnica. As pontuações atribuídas à recorrente levaram em conta os mesmos critérios adotados para as demais, sendo, portanto, justos, isonômicos e em favor do interesse público. Evitou-se desclassificações em casos sanáveis, exceto quando a não desclassificação acarretasse em prejuízo às demais, tornando desigual a disputa, ou ao interesse da instituição, prejudicando a busca pelas propostas mais vantajosas.

No caso da Genius, a campanha apresentada não atende o Briefing em plenitude. Listou parcialmente os canais de comunicação da ALMT, dando peso maior a alguns em detrimento de outros. O canal da TV ALMT e a rádio ALMT, por exemplo, não constam nas peças, ao passo que Facebook e WhatsApp são usados como principais exemplos de forma de

[Handwritten signature and initials]

interação com o público, deixando outros canais em segundo plano. Questões que, se não insanáveis, custaram pontos à licitante.

Em relação a Estratégia de Mídia, assim como em propostas de outras licitantes, valores fora de tabela e outras inconsistências acarretaram em perdas de pontos. Foram, portanto, identificadas e avaliadas no processo de julgamento da Proposta Técnica.

Veja-se, por exemplo, que valores da mídia na Rádio Conti previstos pela Genius foram majorados em relação ao preço de tabela. No caso do anúncio no jornal A Gazeta do Vale do Araguaia, a empresa, por outro lado, não previu acréscimo de 50% no valor por se tratar de peça colorida.

Também a título de exemplo, os valores usados na programação da mídia de TV da Genius tiveram como base tabelas de preços da Record e Globo válidas até 31 de março, enquanto a campanha veicularia em abril, o que poderiam tornar a proposta inexecutável. No entanto, são inconsistências passíveis de ajuste, que não invalida a proposta.

Ainda em relação a inconsistências no plano de mídia da Genius, verifica-se que o investimento em redes sociais se apresenta muito além do necessário para este tipo de meio, caracterizando de certa maneira um desperdício da verba. A verba destinada neste caso, procurava alcançar toda a população acima dos 16 anos, impensável em se tratando de internet no Estado do Mato Grosso.

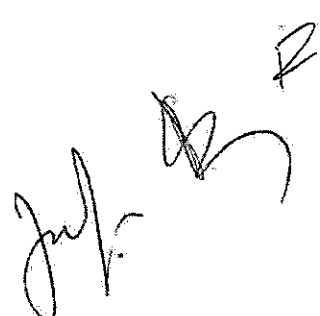
No que se refere especificamente às alegações da Genius, portanto, reafirmam estes julgadores suas observações constantes na Ata de Julgamento da Subcomissão Técnica e respectivas planilhas de avaliação.

CONCLUSÃO

Esta Subcomissão Técnica mantém seu julgamento e todas as suas observações, motivo porque esta Subcomissão Técnica recomenda à Comissão de Licitação o não acolhimento do recurso neste ponto.

SÍNTESE DOS PEDIDOS DA GENIUS

- Pede a desclassificação da Criari por descumprimento do Edital. Em caso de não desclassificação da Criari, que seja revista a pontuação pelo fato de a concorrente possuir pouca estrutura e carteira de clientes pouco expressiva.
- Pede a desclassificação da TIS Propaganda. Em caso de não desclassificação, que seja revista a pontuação pelo fato de a concorrente possuir pouca estrutura e carteira de clientes pouco expressiva.
- Pede a desclassificação da Nova/SB.
- Pede a reavaliação de suas notas e consequente majoração das mesmas.

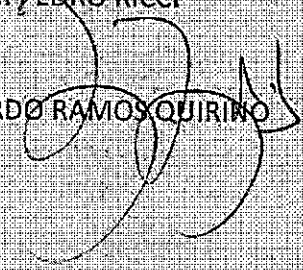
Handwritten signature and initials in the bottom right corner of the page.

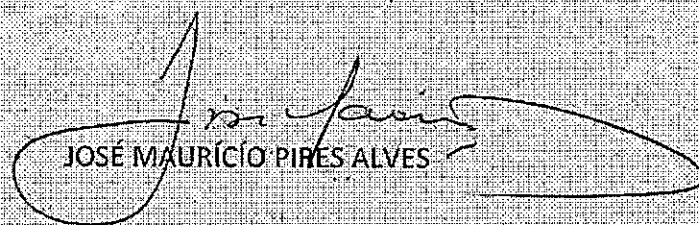
SÍNTESE DA CONCLUSÃO

Conclui a Subcomissão Técnica pela improcedência dos pedidos apresentados pela Genius, pelo que recomenda a Comissão de Licitação o não acolhimento do recurso.

SUBCOMISSÃO TÉCNICA:


RAONI PEDRO RICCI


RICARDO RAMOS QUIRINO


JOSÉ MAURÍCIO PIRES ALVES