

ILUSTRÍSSIMO PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO – CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO ESTADO DE MATO GROSSO – CREA-MT

EDITAL DE TOMADA DE PREÇO N.º 001/2021

PROCESSO N° 2021008796

LUIZ G. RODRIGUES JUNIOR, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob nº 26.787.440/0001-24, com sede na Av. Antártica, 1.111, bairro Santa Rosa – Cuiabá/MT, CEP 78040-500, por intermédio de seu representante legal já qualificado no processo, vem tempestivamente com fulcro no Art. 11, § 4º, alínea d, Inciso VIII da Lei nº 12.232/2010 em conformidade com o disposto na alínea “B” do inciso I do art. 109 da Lei no 8.666/1993, bem como no item 14 do instrumento convocatório em referência, apresentar

RECURSO ADMINISTRATIVO

em face da decisão exarada pelo i. presidente, no que concerne ao **“resultado do julgamento final das propostas técnicas”**, emitido pela Subcomissão Técnica, no que se diz respeito ao procedimento licitatório instaurado em tela, consoante razões de fato e de direito que passa a expor.



1. DOS FATOS

O CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO ESTADO DE MATO GROSSO – CREA-MT, instaurou procedimento licitatório na modalidade “**TOMADA DE PREÇOS**”, do tipo “**TÉCNICA E PREÇO**” para o objeto “*Prestação de serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.*”.

Participaram do presente certame licitatório 04 (quatro) agências, conforme ordenação por ordem alfabética:

- 1) Agência Tradicional e Digital EIRELI-ME
- 2) Luiz G. Rodrigues Junior – Genius Publicidade
- 3) Mercatto Comunicação Integrada
- 4) Monte Cristo Propaganda

A PRIMEIRA SESSÃO PÚBLICA foi realizada em 10/09/2021, o qual se realizou todos os procedimentos necessários que deram suporte ao recebimento dos INVÓLUCROS, para posterior início da avaliação das propostas técnicas das licitantes pela SUBCOMISSÃO TÉCNICA.

Já em 22/10/2021 instaurou-se a SEGUNDA SESSÃO PÚBLICA, o qual foram realizados ditames legais e previstos no instrumento convocatório, o qual foram realizadas as verificações de inviolabilidade dos “INVÓLUCRO 2” de todas as licitantes, devidamente rubricados, originados da primeira sessão pública.

Na sequência, realizou-se a abertura individualizada de cada INVÓLUCRO, com o respectivo processo de COTEJO das VIAS NÃO IDENTIFICADAS (INVÓLUCRO N. 1) com as VIAS IDENTIFICADAS (INVÓLUCRO N.2), com o objetivo de identificar e relacionar a autoria do PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA de cada licitante.

Seguindo os ditames legais, o i. presidente **APRESENTOU** a “Tabela de Pontuação da Nota Técnica”, ficando a seguinte ordem de classificação, conforme a pontuação aferida:

1) Luiz G. Rodrigues Junior – Genius Publicidade	Com 96,00 pontos
2) Monte Cristo Propaganda	Com 87,50 pontos
3) Mercatto Comunicação Integrada	Com 82,00 pontos
4) Agência Tradicional e Digital EIRELI-ME	Com 77,80 pontos

Na espécie, dando prosseguimento a próxima etapa processual, em observância aos dispositivos legais, quais sejam, Art. 11, § 4º, alínea d, Inciso VIII da Lei nº 12.232/2010 e complementarmente com o Art. 109 da Lei nº. 8.666/93, **o i. presidente informou que o prazo recursal para as licitantes interpirem as suas razões recursais a partir da disponibilização do material, o qual se deu em 03/11/2021**, conforme expediente eletrônico (e-mail) do Sr. João Vitor Rodrigues - Comissão Permanente de Licitações.

Ocorre que como se verá a seguir, a aferição da pontuação técnica de 03 (três) licitantes e por consequência a conclusão das respectivas **notas técnicas dos requisitos e subquestos**, acatada pelo i. presidente, culminou assim na ordem de classificação da proposta técnica, **resta equivocada, visto que esses supostos licitantes deveriam ter a sua nota técnica reduzida ou até mesmo terem as suas propostas desclassificadas.**

Diante do que será exposto, demonstraremos que inexistente fundamento para não ter realizado a pontuação a Recorrente, assim, requer o provimento do recurso.

2. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

Atualmente o certame encontra-se no momento mais crucial e complexo e não podemos deixar de destacar, que o escopo das presentes razões recursais não tem conotação de levantar questionamentos levianos e de cunho pessoal, e/ou ainda fomentar dúvidas quanto à capacidade de julgamento dos membros das respectivas comissões.

Contudo, existem sim critérios nas referidas análises que, ao menos, merecem a devida reforma, sendo necessário ser respondidas e justificadas em sua integralidade, considerando a importância do respectivo procedimento licitatório e responsabilidade das Comissões “Técnica” e de “Licitação”.

Na presente licitação, mais uma vez depara-se com a problemática em se objetivar uma contratação onde os critérios, que não se pode negar, são subjetivos. E isso não é descrédito quanto à análise do Edital publicado por essa conceituada Instituição, mas sim de todos os entes que contratam esse tipo de serviço. Explica-se.

A partir do momento em que a licitação é obrigada a realizar a contratação de agências de publicidade, segundo Marçal Justen Filho (Comentários à lei de licitações e contratos administrativos – 14ed. p.352), **“o critério decisivo de seleção acaba sendo a criatividade, a qual envolve avaliação meramente subjetiva”**. (Destaque nosso).

Portanto, o problema reside no fato de que a escolha da melhor proposta – subjetiva, pois advém de pontuações dadas por julgadores a partir da análise da CRIATIVIDADE DAS LICITANTES, o que acaba por ser exteriorizada como produto de um julgamento objetivo e não por requisitos meramente FORMAIS.

A fim de dirimir tais “subjetivismos” e, no presente caso, corrigir possíveis incongruências de critérios de julgamento, faz-se necessário estabelecer parâmetros objetivos e principalmente isonômicos para a devida avaliação das propostas, de modo que o julgamento reflita uma avaliação consistente sobre a vantajosidade das ofertas dos licitantes.

Por fim, levando-se em consideração todo exposto até aqui, finalmente passa-se à análise das inconsistências e possíveis vícios revelados por meio do julgamento da Comissão Técnica.

3. DA NECESSIDADE DE REFORMA DA DECISÃO QUE PONTUOU A LICITANTE MONTE CRISTO

3.1. INVÓLUCRO 1 – SUBQUESITO 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA – ITEM 7.3.1.4 ALÍNEAS “A”, “B”, “C” E “E”.

A proposta técnica no SUBQUESITO 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA apresenta falhas na produção, sendo que a composição das planilhas e os objetivos do plano de comunicação da MONTE CRISTO ficaram prejudicadas.

O prejuízo foi causado pela inclusão na estratégia de mídia do veículo “TV Rondon SBT”, que é a segunda colocada no ranking do IBOPE. Os dados de audiência apresentados pela licitante foram retirados da fonte “mídia dados” e se referem a audiência nacional e não regional conforme instrumento convocatório.

Tal informação da maneira que se encontra ocasiona um possível direcionamento ao erro na avaliação da Subcomissão técnica no momento de atribuir a nota técnica para a Licitante, devido as informações não serem fidedignas.

Portanto, primando pelo princípio da ISONOMIA solicitamos a desclassificação da licitante por apresentar informações incorretas e sem consistência para a comissão da licitação e por consequência a subcomissão técnica, descumprindo assim uma das exigências solicitadas no Briefing do edital.

Para tanto, vejamos a informação da licitante que consta nos autos:

TV ABERTA - De acordo com o Kantar Ibope Media, este meio possui a maior taxa média de penetração no total da população, registrando 88%. Portanto, dedicamos quase 40% da verba de mídia. Optamos por priorizar a filiada da Rede Globo, TV Centro América, que possui alcance em 129 municípios, com 13 inserções determinadas. A segunda colocada no ranking, TV Rondon, filiada da SBT, também conterà inserções pontuais.

Figura 1 - Print retirado do texto Estratégia de Mídia e não Mídia - Pagina 8

A seguir, apresentamos os dados de audiência da Kantar Ibope que reforçam que a emissora SBT não é líder e nem a segunda colocada em audiência na região de Cuiabá / VG:

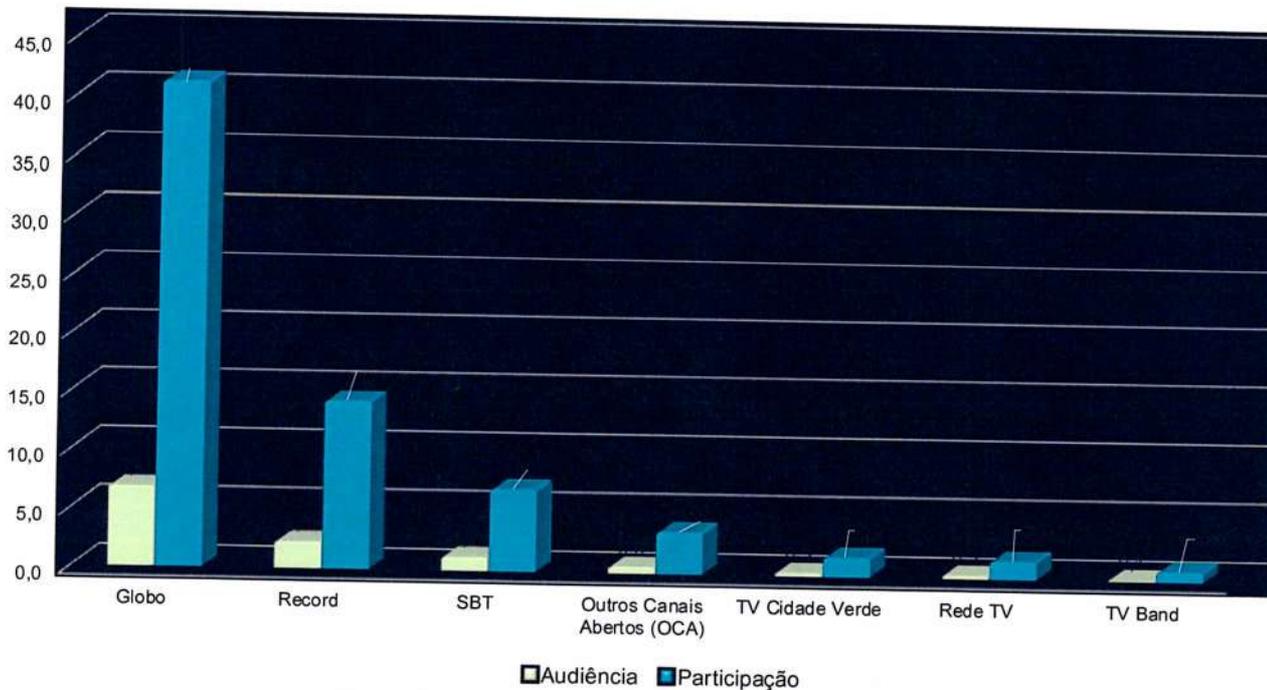


Figura 2- Fonte: Kantar Ibope Media – Período 09/08/2021 a 15/08/2021 – Praça Cuiabá e Várzea Grande.

Outro ponto relevante de **falha grave na proposta técnica** da MONTE CRISTO, é a **ausência dos dados de audiência da programação sugerida**, vejamos:

RELAÇÃO DE INSERÇÕES TV

TVCA - GLOBO	INS.	\$ UNIT.	SUB. TOT.
BOM DIA MATO GROSSO	4	R\$ 1.783,00	R\$ 7.132,00
BOM DIA BRASIL	3	R\$ 2.450,00	R\$ 7.350,00
MT 1	3	R\$ 4.223,00	R\$ 12.669,00
MT 2	1	R\$ 7.118,00	R\$ 7.118,00
GLOBO REPÓRTER	1	R\$ 6.425,00	R\$ 6.425,00
CALDEIRÃO	1	R\$ 3.089,00	R\$ 3.089,00
TOTAL DE INSERÇÕES	13	TOTAL	R\$ 43.783,00

TV RONDON - SBT	INS.	\$ UNIT.	SUB. TOT.
Programa do Pop + SBT Comunicade	2	R\$ 4.281,00	R\$ 8.562,00
SBT Brasil	1	R\$ 7.437,00	R\$ 7.437,00
Programa Raul Gil	1	R\$ 3.274,00	R\$ 3.274,00
Eliana	2	R\$ 5.456,00	R\$ 10.912,00
TOTAL DE INSERÇÕES	6	TOTAL	R\$ 30.185,00

Figura 3 - Print retirado do texto Estratégia de Mídia e não Mídia - Pagina 14

A subcomissão técnica foi induzida ao erro na questão das informações incorretas referentes a TV Rondon (SBT) e a falta de dados de audiência da programação sugerida. Portanto há indícios necessários para a desclassificação da MONTE CRISTO.

Ocorre que nos termos do item 7.3.1.4, especificamente na alínea “A”, foi concedido a MONTE CRISTO uma pontuação “provida” de muita razoabilidade e proporcionalidade em relação ao material apresentado, e principalmente não foi utilizado um critério objetivo e vinculado ao instrumento convocatório. Vejamos a exigência do instrumento convocatório:

“7.3.1.4 Subquesto estratégia de mídia e não mídia:

- a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;
- c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;
- e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.” (Grifo Nosso)

Ora i. Presidente, a licitante MONTE CRISTO não atende as condições estabelecidas no “OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO” do BRIEFING e ainda recebe pontuação!?

O item 7.3.1.4 com as suas respectivas alíneas citadas acima, é claro e cristalino que deverá se pontuado somente as Licitantes que apresentarem a sua proposta em consonância com a diretriz do subquesto avaliado, quais sejam:

- I. Que atendam aos “objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing”;
- II. Que possua “consistência técnica demonstrada”;
- III. Que possua “consistência do conhecimento dos hábitos”; e
- IV. Que o “grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento” seja devidamente respeitado.



No caso em questão não houve sincronia da proposta da licitante, estando em total descompasso com as diretrizes das alíneas pontuáveis.

Portanto, a licitante MONTE CRISTO não deveria receber pontuação nesse subquestito, faz-se necessário da reforma da pontuação atribuída a ela, por não atender as condições mínimas exigidas no BRIEFING.

Por fim, na seara de que a análise da proposta técnica deverá ser reformada e por consequência não ser atribuído qualquer tipo de pontuação para a alínea “A” do item 7.3.1.4, a licitante MONTE CRISTO deverá ter a sua proposta técnica desclassificada com base nos itens 7.5 alínea “C” e “D”, vejamos:

“7.5 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das seguintes situações:

(...)

c) Obtiver pontuação zero em um ou mais quesitos ou subquesitos.

d) Não atendimento das demais exigências, a depender da gravidade da ocorrência, nos termos do subitem 10.16 deste Edital.” (Grifo nosso)

Em conclusão quanto a este tópico devidamente fundamentado, o julgamento da subcomissão técnica de avaliação não obedeceu ao **princípio da vinculação do instrumento convocatório**, sendo que a decisão de pontuar a licitante MONTE CRISTO deverá ser reformada.

Os princípios são regras que servem de interpretação das demais normas jurídicas, apontando os caminhos que devem ser seguidos pelos aplicadores da lei. Os princípios procuram eliminar lacunas, oferecendo coerência e harmonia para o ordenamento jurídico.

A licitante apresentou um valor negociado que não tem compromisso com a tabela padrão do veículo (RADIO GAZETA CUIABÁ).

Valor unitário apresentado pela licitante R\$ 100,00

40 inserções pelo valor de R\$ 100 a unidade - somam R\$ 4.000,00

Valor correto R\$ 492,00.

40 inserções pelo valor de R\$ 492,00 a unidade - somam R\$ 9.840,00.

Portanto, perfaz uma diferença de R\$ 5.840,00

TABELA GAZETA FM CUIABÁ

Tempo	15"	30"	45"	60"	90"
Rotativo	R\$ 339,00	R\$ 492,00	R\$ 915,00	R\$ 1.029,00	R\$ 1.589,00
Determinação	R\$ 499,00	R\$ 675,00	R\$ 1.218,00	R\$ 1.352,00	R\$ 1.975,00
Madrugada	R\$ 227,00	R\$ 325,00	R\$ 565,00	R\$ 598,00	R\$ 884,00
Eventos	R\$ 473,00	R\$ 725,00	R\$ 974,00	R\$ 1.202,00	R\$ 2.639,00

Para determinação em programas, aplicar 30% de acréscimo para o período das 06h59 às 18h59.
 Para testemunhal ao vivo, aplicar 100% de acréscimo sobre o valor da secundagem, caso o testemunhal seja em programa determinado, aplicar 30% de acréscimo.
 Os valores do rotativo são para veiculação das 06h às 23h59.
 Os valores do determinado são para veiculação no período das 06h59 às 18h59.
 Os valores da madrugada são para veiculação das 00h às 5h59.

BLITZ LEGAL

Van da Gazeta FM + Grupo de 4 Promotoras + Locutor ao vivo durante a programação.

- 5 chamadas/dia da Blitz, de Domingo a Sexta, 15" rotativo, com citação do patrocinador.
- 5 flashes no dia do evento, todos com citação do nome e telefone da empresa.
- O cliente poderá colocar no local do evento um banner da sua empresa.

BENEFÍCIO COMERCIAL - 20 chamadas de 30" do cliente.

- 2h de duração.



*Os cachês do locutor e das promotoras ficam de fora da PI - R\$1.756,00 Locutor + Promotoras

***Investimento - R\$ 13.121,00**

TABELA INTERIOR

Tempo	15"	30"	45"	60"	90"
Rotativo	R\$ 72,00	R\$ 100,00	R\$ 141,00	R\$ 184,00	R\$ 248,00
Determinado	R\$ 104,00	R\$ 148,00	R\$ 208,00	R\$ 268,00	R\$ 365,00
Testemunhal (Ao vivo)	R\$ 122,00	R\$ 154,00	R\$ 217,00	R\$ 264,00	R\$ 416,00
Flash*	R\$ 325,00 + CACHÊ DO LOCUTOR				
Eventos/Shows/Festas	R\$ 46,00				

*Flash sujeito à disponibilidade.

** Gazeta Cuiabá + Rede (Interior): Preço de Tabela Cuiabá + 30% por praça



A licitante apresentou um valor negociado que não tem compromisso com a tabela padrão do veículo (RADIO GAZETA ALTA FLORESTA).

Valor unitário apresentado pela licitante R\$ 30,00

40 inserções pelo valor de R\$ 30 a unidade - somam R\$ 1.200,00

Valor correto R\$ 92,00

40 inserções pelo valor de R\$ 92 a unidade - somam R\$ 3.680,00

Portanto, perfaz uma diferença de R\$ 2.480,00



ALTA FLORESTA

SPOTS	15"	30"	45"	60"	90"
ROTATIVO 07h às 19h	R\$ 56,00	R\$ 92,00	R\$139,00	R\$182,00	R\$215,00
DETERMINADO	R\$ 71,00	R\$ 118,00	R\$177,00	R\$235,00	R\$278,00
TESTEMUNHAL (ao vivo)	-	R\$156,00	R\$221,00	R\$381,00	R\$427,00
FLASH* (60 seg.)	R\$ 288,00 + CACHÊ DO LOCUTOR				

* Flash sujeito a disponibilidade.

PROGRAMETE

	Horário	Abert/Enc	Com. 30"	Valor
Batidão da Gazeta	11h às 16h	40	90	R\$ 37.570,00
Batalha dos Artistas	11h às 16h	40	90	R\$ 37.570,00
Direto da Redação	11h20 às 21h20	200	150	R\$ 62.617,00
Hora Certa	04h às 00h30	120	120	R\$ 50.094,00
Temperatura	04h às 22h30	120	120	R\$ 50.094,00
Dica Astral	07h às 7h40	03	18	R\$ 4.933,00
Mensagem do Dia	08h20	01	06	R\$ 1.644,00

PROGRAMAS

SEG A SEX

	Horário	Abert/Enc	Com. 30'	Valor
Madrugada na Gazeta	00h às 05h	56	80	R\$ 33.396,00
Manhã Sertaneja*	05h às 08h	48	150	R\$ 62.617,00
Jornalismo	08h às 09h	48	150	R\$ 62.617,00
Bem Sertanejo	09h às 14h	40	120	R\$ 50.094,00
Sertão Mato grossense	14h às 17h	40	120	R\$ 50.094,00
Crepúsculo Sertanejo*	17h às 20h	40	150	R\$ 62.617,00
Paixão Sertaneja	21h às 00h	48	120	R\$ 50.094,00

A licitante apresentou um valor negociado que não tem compromisso com a tabela padrão do veículo (RADIO GAZETA BARRA DO GARÇAS).

Valor unitário apresentado pela licitante R\$ 30,00
40 inserções pelo valor de R\$ 30 a unidade - somam R\$ 1.200,00

Valor correto R\$ 92,00
40 inserções pelo valor de R\$ 92 a unidade - somam R\$ 3.680,00
Portanto, perfaz uma diferença de R\$ 2.480,00



BARRA DO GARÇAS

SPOTS	15"	30"	45"	60"	90"
ROTATIVO 07h às 19h	R\$ 56,00	R\$ 92,00	R\$139,00	R\$182,00	R\$215,00
DETERMINADO	R\$ 71,00	R\$ 118,00	R\$177,00	R\$235,00	R\$278,00
TESTEMUNHAL (ao vivo)	-	R\$156,00	R\$221,00	R\$381,00	R\$427,00
FLASH* (60 seg.)	R\$ 288,00 + CACHÊ DO LOCUTOR				

* Flash sujeito a disponibilidade.

PROGRAMETE

	Horário	Abert/Enc	Com. 30"	Valor
Batidão da Gazeta	12h às 17h	40	90	R\$ 37.570,00
Batalha dos Artistas	12h às 17h	40	90	R\$ 37.570,00
Direto da Redação	12h20 às 22h20	200	150	R\$ 62.617,00
Hora Certa	05h às 01h30	120	120	R\$ 50.094,00
Temperatura	05h às 23h30	120	120	R\$ 50.094,00
Dica Astral	08h às 8h40	03	18	R\$ 4.933,00
Mensagem do Dia	09h20	01	06	R\$ 1.644,00

PROGRAMAS

SEG A SEX

	Horário	Abert/Enc	Com. 30'	Valor
Madrugada na Gazeta	01h às 05h	56	80	R\$ 33.396,00
Alvorada Sertaneja*	05h às 08h	48	150	R\$ 62.617,00
Tribuna	08h às 09h	48	150	R\$ 62.617,00
Bem Sertanejo	09h às 13h	40	120	R\$ 50.094,00
Sertão Mato grossense	13h às 17h	40	120	R\$ 50.094,00
Crepúsculo Sertanejo*	17h às 20h	40	150	R\$ 62.617,00
Paixão Sertaneja	21h às 01h	48	120	R\$ 50.094,00



A licitante apresentou um valor negociado que não tem compromisso com a tabela padrão do veículo (RADIO GAZETA POXOREU).

Valor unitário apresentado pela licitante R\$ 30,00
40 inserções pelo valor de R\$ 30 a unidade - somam R\$ 1.200,00

Valor correto R\$ 92,00
40 inserções pelo valor de R\$ 92 a unidade - somam R\$ 3.680,00
Portanto, perfaz uma diferença de R\$ 2.480,00



POXORÉU/PRIMAVERA DO LESTE

SPOTS	15"	30"	45"	60"	90"
ROTATIVO 07h às 19h	R\$ 56,00	R\$ 92,00	R\$139,00	R\$182,00	R\$215,00
DETERMINADO	R\$ 71,00	R\$ 118,00	R\$177,00	R\$235,00	R\$278,00
TESTEMUNHAL (ao vivo)	-	R\$156,00	R\$221,00	R\$381,00	R\$427,00
FLASH* (60 seg.)	R\$ 288,00 + CACHÊ DO LOCUTOR				

* Flash sujeito a disponibilidade.

PROGRAMETE

	Horário	Abert/Enc	Com. 30"	Valor
Batidão da Gazeta	11h às 16h	40	90	R\$ 37.570,00
Batalha dos Artistas	11h às 16h	40	90	R\$ 37.570,00
Direto da Redação	11h20 às 21h20	200	150	R\$ 62.617,00
Hora Certa	04h às 00h30	120	120	R\$ 50.094,00
Temperatura	04h às 22h30	120	120	R\$ 50.094,00
Dica Astral	07h às 7h40	03	18	R\$ 4.933,00
Mensagem do Dia	08h20	01	06	R\$ 1.644,00

PROGRAMAS

SEG A SEX

	Horário	Abert/Enc	Com. 30'	Valor
Madrugada na Gazeta	00h às 05h	56	80	R\$ 33.396,00
Manhã Sertaneja*	05h às 08h	48	150	R\$ 62.617,00
Jornalismo	08h às 09h	48	150	R\$ 62.617,00
Bem Sertanejo	09h às 14h	40	120	R\$ 50.094,00
Sertão Mato grossense	14h às 17h	40	120	R\$ 50.094,00
Crepúsculo Sertanejo*	17h às 20h	40	150	R\$ 62.617,00
Paixão Sertaneja	21h às 00h	48	120	R\$ 50.094,00



A licitante apresentou um valor negociado que não tem compromisso com a tabela padrão do veículo (RADIO GAZETA TANGARÁ).

Valor unitário apresentado pela licitante R\$ 30,00

40 inserções pelo valor de R\$ 30 a unidade - somam R\$ 1.200,00

Valor correto R\$ 92,00

40 inserções pelo valor de R\$ 92 a unidade - somam R\$ 3.680,00

Portanto, perfaz uma diferença de R\$ 2.480,00



SPOTS	15"	30"	45"	60"	90"
ROTATIVO 07h às 19h	R\$ 56,00	R\$ 92,00	R\$139,00	R\$182,00	R\$215,00
DETERMINADO	R\$ 71,00	R\$ 118,00	R\$177,00	R\$235,00	R\$278,00
TESTEMUNHAL (ao vivo)	-	R\$156,00	R\$221,00	R\$381,00	R\$427,00
FLASH* (60 seg.)	R\$ 288,00 + CACHÊ DO LOCUTOR				

* Flash sujeito a disponibilidade.

PROGRAMETE

	Horário	Abert/Enc	Com. 30'	Valor
Batidão da Gazeta	11h às 16h	40	90	R\$ 37.570,00
Batalha dos Artistas	11h às 16h	40	90	R\$ 37.570,00
Direto da Redação	11h20 às 21h20	200	150	R\$ 62.617,00
Hora Certa	04h às 00h30	120	120	R\$ 50.094,00
Temperatura	04h às 22h30	120	120	R\$ 50.094,00
Dica Astral	07h às 7h40	03	18	R\$ 4.933,00
Mensagem do Dia	08h20	01	06	R\$ 1.644,00

PROGRAMAS

SEG A SEX

	Horário	Abert/Enc	Com. 30'	Valor
Madrugada na Gazeta	00h às 05h	56	80	R\$ 33.396,00
Manhã Sertaneja*	05h às 08h	48	150	R\$ 62.617,00
Jornalismo	08h às 09h	48	150	R\$ 62.617,00
Bem Sertanejo	09h às 14h	40	120	R\$ 50.094,00
Sertão Mato grossense	14h às 17h	40	120	R\$ 50.094,00
Crepúsculo Sertanejo*	17h às 20h	40	150	R\$ 62.617,00
Paixão Sertaneja	21h às 00h	48	120	R\$ 50.094,00

A licitante apresentou um valor negociado que não tem compromisso com a tabela padrão do veículo (RADIO GAZETA ALTO TAQUARI).

Valor unitário apresentado pela licitante R\$ 30,00
40 inserções pelo valor de R\$ 30 a unidade - somam R\$ 1.200,00

Valor correto R\$ 92,00
40 inserções pelo valor de R\$ 92 a unidade - somam R\$ 3.680,00
Portanto, perfaz uma diferença de R\$ 2.480,00



ALTO TAQUARI

SPOTS	15"	30"	45"	60"	90"
ROTATIVO 07h às 19h	R\$ 56,00	R\$ 92,00	R\$139,00	R\$182,00	R\$215,00
DETERMINADO	R\$ 71,00	R\$ 118,00	R\$177,00	R\$235,00	R\$278,00
TESTEMUNHAL (ao vivo)	-	R\$156,00	R\$221,00	R\$381,00	R\$427,00
FLASH* (60 seg.)	R\$ 288,00 + CACHÊ DO LOCUTOR				

* Flash sujeito a disponibilidade.

PROGRAMETE

	Horário	Abert/Enc	Com. 30'	Valor
Batidão da Gazeta	11h às 16h	40	90	R\$ 37.570,00
Batalha dos Artistas	11h às 16h	40	90	R\$ 37.570,00
Direto da Redação	11h20 às 21h20	200	150	R\$ 62.617,00
Hora Certa	04h às 00h30	120	120	R\$ 50.094,00
Temperatura	04h às 22h30	120	120	R\$ 50.094,00
Dica Astral	07h às 7h40	03	18	R\$ 4.933,00
Mensagem do Dia	08h20	01	06	R\$ 1.644,00

PROGRAMAS

SEG A SEX

	Horário	Abert/Enc	Com. 30'	Valor
Madrugada na Gazeta	00h às 05h	56	80	R\$ 33.396,00
Manhã Sertaneja*	05h às 08h	48	150	R\$ 62.617,00
Jornalismo	08h às 09h	48	150	R\$ 62.617,00
Bem Sertanejo	09h às 14h	40	120	R\$ 50.094,00
Sertão Mato grossense	14h às 17h	40	120	R\$ 50.094,00
Crepúsculo Sertanejo*	17h às 20h	40	150	R\$ 62.617,00
Paixão Sertaneja	21h às 00h	48	120	R\$ 50.094,00

A licitante apresentou um valor negociado que não tem compromisso com a tabela padrão do veículo (RADIO DIFUSORA CÁCERES).

Valor unitário apresentado pela licitante R\$ 30,00

40 inserções pelo valor de R\$ 30 a unidade - somam R\$ 1.200,00

Valor correto R\$ R\$ 71,25

40 inserções pelo valor de R\$ 71,25 a unidade - somam R\$ 2.850,00

Portanto, perfaz uma diferença de R\$ 1.650,00



Programação – FM

Horários	Nome do Programa	Estilo	Locutor (es)
05:00 - 07:00	FM Fazenda	Sertanejo	Roney Santana
07:00 - 08:00	Jornal Regional Difusora	Noticioso	Faquini, Pedro Miguel
08:00 - 11:30	Alto Astral	Variado	Edmilson Tavares
11:30 - 15:00	Tudo de Bom	Variado	Kelly Paula
15:00 - 16:00	Quem é Você?	Variado	Rosiane Nascimento
16:00 - 17:00	Cupido 102	Variado	Rosiane Nascimento
17:00 - 18:00	Alô quem faz é Você	Sertanejo	Rosiane Nascimento
18:00 - 20:30	A Noite é Nossa	Variado	Henrique Lopes
20:30 - 21:30	Voz do Brasil	Noticioso	
21:30 - 00:00	A Noite é Nossa	Variado	Henrique Lopes

Abrangência FM:

Cáceres, Mirassol D' Oeste, Horizonte D' Oeste, Sadia, Gloria D' Oeste, São José dos Quatro Marcos, Araputanga, Curvelândia, Rio Branco, Vila Aparecida, Caramujo, Porto Esperidião, Lambari D' Oeste, Barra dos Hugres, Figueirópolis, Pontes e Lacerda, Vila Bela da Santíssima Trindade, Reserva do Cabaçal e várias outras.

TABELA DE MÍDIA – FM

	VALOR BRUTO
Custo unitário 15"	R\$ 35,62
Custo unitário 30"	R\$ 71,25
Custo unitário 45"	R\$ 106,25
Custo unitário 60"	R\$ 141,25
Custo unitário 90"	R\$ 211,25
Testemunhal/Flash	R\$ 237,50

Comissão de 20% só p. uma Agência de Publicidade

Esperando um retorno para realização conjunta de nosso trabalhos, deixamos o número de telefone para contato.

Maridalva
(65) 3223-59-86
(65) 9-9989-11-32

Vigência: 01/01/21 a 31/12/21

A licitante apresentou um valor negociado que não tem compromisso com a tabela padrão do veículo (RADIO NOVA CÁCERES).

Valor unitário apresentado pela licitante R\$ 30,00
40 inserções pelo valor de R\$ 30 a unidade - somam R\$ 1.200,00

Valor correto R\$ R\$ 66
40 inserções pelo valor de R\$ 66 a unidade - somam R\$ 2.640,00
Portanto, perfaz Uma diferença de R\$ 1.440,00



TABELA DE MÍDIA – FM – 97,3 Mhz

SERVIÇO	DESCRIÇÃO	VALOR BRUTO
SPOT 5	INSERÇÃO DE 5"	R\$ 16,00
SPOT 7	INSERÇÃO DE 7"	R\$ 21,00
SPOT 15	INSERÇÃO DE 15"	R\$ 37,50
SPOT 30	INSERÇÃO DE 30"	R\$ 66,00
SPOT 45	INSERÇÃO DE 45"	R\$ 90,00
SPOT 60	INSERÇÃO DE 60"	R\$ 117,00
SPOT 90	INSERÇÃO DE 90"	R\$ 166,50
TESTEMUNHAL	AO VIVO ATÉ 1 MIN.	R\$ 138,00
FLASH	PARTICIPAÇÃO ATÉ 2 MIN.	R\$ 165,00

PATROCÍNIO

SERVIÇO	DESCRIÇÃO	VALOR BR
PATROCINIO DE PROGRAMA DE 55 MIN. COM ATÉ 4 EMPRESAS DE RAMOS DIFERENTES.	PACOTE DE 4 INSERÇÕES DE 30" + MERCHANDISING + FLASH	R\$ 3.900,00

Abrangência FM:

Cáceres, Mirassol D'Oeste, Horizonte D'Oeste, Sadia, Glória D'Oeste, São José dos Quatro Ma Araputanga, Curvelândia, Rio Branco, Vila Aparecida, Caramujo, Porto Esperidião, Lan D'Oeste, Barra dos Bugres, Figueirópolis entre outras.

Comissão de 20% somente para uma Agência de Publicidade

INFORMAÇÕES:

(65) 3223 3830 / 3223 5986 / 9 9989.1132

TABELA VÁLIDA PARA O PERÍODO DE 01/01/2021 a 31/12/2021



A licitante apresentou um valor negociado que não tem compromisso com a tabela padrão do veículo (RADIO MERIDIONAL SINOP).

Valor unitário apresentado pela licitante R\$ 30,00

40 inserções pelo valor de R\$ 30 a unidade - somam R\$ 1.200,00

Valor correto R\$ 38,72

40 inserções pelo valor de R\$ 38,72 a unidade - somam R\$ 1.548,80

Portanto, perfaz uma diferença de R\$ 348,80

TABELA 2021

Chamadas gravadas

VEICULAÇÃO	HORÁRIO	PROGRAMAS	15"	30"	45"	60"	90"	120"
Diária	4h às 0h	Indeterminado	R\$ 23,23	R\$ 38,72	R\$ 58,08	R\$ 77,44	R\$ 96,80	R\$ 154,88
Diária	6h às 20h	Rotativo Horário Nobre	R\$ 24,86	R\$ 41,43	R\$ 62,15	R\$ 82,86	R\$ 103,58	R\$ 165,72
Diária	Determinado	Determinado	R\$ 32,32	R\$ 53,87	R\$ 80,81	R\$ 107,74	R\$ 134,68	R\$ 215,48

Chamadas ao vivo

VEICULAÇÃO	HORÁRIO	PROGRAMAS	TEXTO AO VIVO 30"	TEXTO AO VIVO 60"	FLASH 180"	BLITZ
Diária	Sob consulta	Sob consulta	R\$ 89,00	R\$ 177,90	R\$ 359,30	Sob consulta

Mediante ao exposto acima, notadamente existe uma grande diferença à maior que perfaz R\$ 21.678,80, o que foi ocultado nitidamente para as 09 (nove) mídias de rádio utilizadas, o que porventura fere o princípio da ISONOMIA e o critério de julgamento objetivo.

Ora, a licitante ludibriou a subcomissão técnica com os descontos para que a sua VERBA REFERENCIAL fosse adequada ao instrumento convocatório, em detrimento a exigência do item 4.2.10.8. alínea "A", que justamente exige que na simulação da LICITANTE seja utilizado o preço de tabela e veja que os descontos sejam aplicados.

Vejamos o que diz o Edital a respeito da verba:

"ANEXO I – (B) - PROJETO BÁSICO - BRIEFING
VERBA REFERENCIAL

Para esta campanha o valor referencial para o investimento é de R\$ 185.000,00 (Cento e oitenta e cinco mil Reais).”

O plano da licitante foi fechado em exatos R\$ 185.000,00 de forma irregular, como podemos verificar na documentação extraída de sua proposta técnica:

TOTAL GERAL DA CAMPANHA

MÍDIA	R\$	%
TV ABERTA	73.948,00	39,96
RÁDIO	13.960,00	7,54
JORNAL	12.812,00	6,92
SITE	14.000,00	7,57
OUTDOOR	20.491,50	11,08
ESTRATÉGIA DIGITAL	14.788,50	7,99
TOTAL GERAL DA MÍDIA	R\$ 140.500,00	80,81

PRODUÇÃO DE MÍDIA	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO (R\$)	VALOR TOTAL (R\$)	%
VT 30" COM CASTING, LOCUÇÃO, ANIMAÇÃO E TRILHA	2	5.000,00	10.000,00	5,41
SPOT 30" COM LOC. MASCULINA SIMPLES, TRILHA E FINALIZAÇÃO	2	500,00	1.000,00	0,54
OUTDOOR EM PAINEL COM APLICAÇÕES	20	590,00	11.800,00	6,78
TOTAL GERAL DE PRODUÇÃO DE MÍDIA			22.800,00	12,73

PRODUÇÃO DE NÃO-MÍDIA	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO (R\$)	VALOR TOTAL (R\$)	%
PRODUÇÃO DE DVD INSTITUCIONAL DE 3 A SÉRIE UTILIZADO EM PALESTRAS E EVENTOS DO CREAMT COM AS PRINCIPAIS ATRIBUIÇÕES E SERVIÇOS PRESTADOS PELO GOVERNO	1	12.000,00	12.000,00	6,45
TOTAL GERAL DE NÃO-MÍDIA			12.000,00	6,45

TOTAL GERAL DA CAMPANHA	R\$ 185.000,00	% 100
-------------------------	----------------	-------

Figura 5 - Extraída da proposta técnica da LICITANTE

Ademais, a licitante utilizou o “valor negociado” e não o de “tabela cheia” conforme exigência do INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO, Observa-se mais uma vez o descumprimento do Edital, seja no BRIEFING ou no item item 4.2.10.8. alínea “A”.

Para se ter uma ideia, com o acréscimo dos valores corretos de tabela cheia, temos o valor atualizado de R\$ 206.678,80, o que extrapola a verba referencial do Edital em 11,71%.

Observa-se também outra situação de falha em sua proposta técnica, sendo que nos termos do item 7.3.1.4, especificamente nas alíneas “B”, “C” e “E”, foi concedido a MONTE CRISTO uma pontuação “provida” de muita razoabilidade e proporcionalidade em relação ao material apresentado, e principalmente não foi utilizado um critério objetivo e vinculado ao instrumento convocatório.

Vejamos a exigência do instrumento convocatório:



“7.3.1.4 Subquestito estratégia de mídia e não mídia:

b) a **consistência técnica demonstrada** na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;

c) a **consistência do conhecimento dos hábitos** de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;

e) o **grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento**, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.” (Grifo Nosso)

Ora i. Presidente, a licitante MONTE CRISTO não atende as condições estabelecidas nas alíneas PONTUÁVEIS e ainda recebe pontuação!?

O item 7.3.1.4 com as suas respectivas alíneas citadas acima, é claro e cristalino que deverá se pontuado somente as Licitantes que apresentarem a sua proposta em consonância com a diretriz do subquestito avaliado, quais sejam:

- I. Que possua “consistência técnica demonstrada”;
- II. Que possua “consistência do conhecimento dos hábitos”; e
- III. Que o “grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento” seja devidamente respeitado.

No caso em questão não houve sincronia da proposta da licitante, estando em total descompasso com as diretrizes das alíneas pontuáveis.

Portanto, a licitante MONTE CRISTO não deveria receber pontuação nesse subquestito, faz-se necessário da reforma da pontuação atribuída a ela, por não atender as condições mínimas de pontuação.

Por fim, na seara de que a análise da proposta técnica deverá ser reformada e por consequência não ser atribuído qualquer tipo de pontuação para as alíneas “B”, “C” e “E” do item

7.3.1.4, a licitante MONTE CRISTO deverá ter a sua proposta técnica desclassificada com base nos itens 7.5 alínea “C” e “D”, vejamos:

“7.5 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das seguintes situações:

(...)

c) Obtiver pontuação zero em um ou mais quesitos ou subquesitos.

d) Não atendimento das demais exigências, a depender da gravidade da ocorrência, nos termos do subitem 10.16 deste Edital.” (Grifo nosso)

Em conclusão quanto a este tópico devidamente fundamentado, o julgamento da subcomissão técnica de avaliação não obedeceu ao **princípio da vinculação do instrumento convocatório**, sendo que a decisão de pontuar a licitante MONTE CRISTO deverá ser reformada.

Os princípios são regras que servem de interpretação das demais normas jurídicas, apontando os caminhos que devem ser seguidos pelos aplicadores da lei. Os princípios procuram eliminar lacunas, oferecendo coerência e harmonia para o ordenamento jurídico.



3.3. INVÓLUCRO 1 – SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA – ITEM 7.3.1.3 ALÍNEAS “B” E “F”

O instrumento convocatório ANEXO I – (B) PROJETO BÁSICO – BRIEFING define as premissas e diretrizes para a elaboração do Plano de Comunicação Publicitária das Licitantes. No quesito de TV as licitantes deverão atender a seguinte exigência:

“Produção de DVD Institucional do Crea-MT : Produção de DVD Institucional de 3 a 5 minutos, a ser utilizado em palestras e eventos do Crea MT, com as principais atribuições e serviços prestados pelo Conselho.

PÚBLICO ALVO

Usuários de serviços de engenharia, agronomia, geografia, geologia, meteorologia com perfil de idade abrangente, acima de 20 (vinte) anos, ambos os sexos, classes A,B, C, em todo o Estado de Mato Grosso.

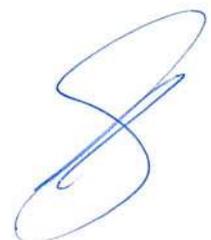
Todos os engenheiros, agrônomos, geógrafos, geólogos, meteorologistas, tecnólogos do Estado de Mato Grosso.

Entidades de Classe, Associações e Institucionais de Ensino do Estado de Mato Grosso.”

O objetivo da peça acima exigida no instrumento convocatório é demonstrar as principais atribuições e serviços prestados pelo CREA-MT. Porém, a licitante não atende ao exigido, pois foca nas atividades dos PROFISSIONAIS ASSOCIADOS AO CREA-MT, sendo que em momento nenhum do material cita as atribuições e/ou serviços prestados pelo Conselho, ignorando completamente o que é solicitado no Briefing.

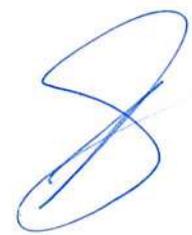
- Vídeos institucionais: em duas versões com duração de 3 minutos cada uma, trarão o conceito da campanha, com a presença das engenharias (dia a dia, economia, energia, tecnologia, iguaria, ecologia e alegria), intercaladas com depoimentos de profissionais que remetam a essas características. Cada versão vai contar com o depoimento de 4 profissionais de áreas diferentes da engenharia, conforme mostram os roteiros.

Figura 6 - Texto extraído da proposta técnica da LICITANTE MONTE CRISTO



ROTEIRO DVD INSTITUCIONAL DE 3 MINUTOS - FILME A

Vídeo		Áudio
<p>Começa o filme com plano aberto de criança correndo pra dar um pulo tipo "bomba" na piscina. Imagem congela antes do menino encostar na água.</p>		<p>Mesma trilha do spot. Loc. Off masculina grave e ritmada, tipo Arnaldo Antunes. Onde tem engenharia?</p>
<p>Em volta da piscina, surgem traços brancos, mostrando o projeto da piscina. Lettering: Onde tem alegria, tem engenharia.</p>		<p>Vinheta: Onde tem alegria, tem engenharia.</p>
<p>Plano americano do engenheiro. Ele está em um canteiro de obras.</p>		<p>Duração do depoimento: 35" Loc. on de um engenheiro civil falando da importância de criar um projeto pensado para o lazer e convivência das famílias.</p>
<p>Plano fechado de um prato de arroz e feijão sendo colocado na mesa. Imagem congela e em cima do prato, com traços brancos surgem brotos de arroz e feijão. Lettering: Onde tem iguaria, tem engenharia</p>		<p>Vinheta: Onde tem iguaria, tem engenharia.</p>
<p>Plano médio do agrônomo. Ele está em uma plantação de feijão.</p>		<p>Duração do depoimento: 35" Loc. on de um engenheiro agrônomo falando de como seu trabalho impacta na qualidade dos alimentos que vão para a mesa dos mato-grossenses.</p>



À noite, postes acendem na rua. Surgem por cima dessas imagens traços brancos, representando as fiações que estão por dentro do poste. Lettering: Onde tem energia, tem engenharia.



Vinheta:
Onde tem energia, tem engenharia

Engenheiro eletricitista fala do seu dia a dia profissional. Ao fundo, vê-se uma PCH.



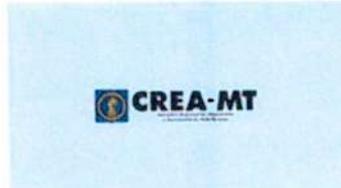
Duração do depoimento: 35"
Loc. on de um engenheiro eletricitista falando de como seu trabalho impacta na geração de energia elétrica nos lares mato-grossenses.

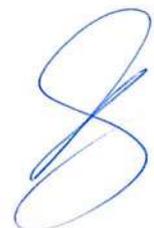
Imagem aérea de floresta. Por cima dessa imagem, surgem traços brancos, representando novas árvores que vão nascer. Lettering: Onde tem ecologia, tem engenharia.



Vinheta:
Onde tem ecologia, tem engenharia

ROTEIRO DVD INSTITUCIONAL DE 3 MINUTOS - FILME A

Vídeo	Áudio
<p>Clipe de imagens mostra vários profissionais da engenharia atuando nos seus campos de trabalho.</p> 	<p>Onde tem alegria, iguaria, energia, e ecologia, tem engenharia.</p>
<p>Panorâmica em traveling da fachada do CREA-MT</p> 	<p>E tem também a nossa autarquia.</p>
<p>Assinatura com site, logo e redes sociais do CREA-MT</p> 	<p>Uma campanha: Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Mato Grosso.</p>



Por alguma falha de entendimento na produção de seu material, a composição da peça da MONTE CRISTO ficou prejudicada.

A subcomissão técnica nada fez para desclassificar a MONTE CRISTO, ou seja, somente aplicou um redutor na pontuação.

Ocorre que nos termos do item 7.3.1.3, especificamente nas alíneas “B” e “F”, foram concedidos a MONTE CRISTO uma pontuação “provida” de muita razoabilidade e proporcionalidade em relação ao material apresentado, e principalmente não foi utilizado um critério objetivo e vinculado ao instrumento convocatório. Vejamos a exigência do instrumento convocatório:

“7.3.1.3 Subquesto Ideia Criativa:

b) A pertinência da solução criativa com a natureza do CREA-MT, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

f) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;”

Ora i. Presidente, a licitante MONTE CRISTO não atende as condições estabelecidas nas alíneas destacadas e ainda recebe pontuação!?

O item 7.3.1.3 alíneas “B” e “F” é claro e cristalino que será pontuado somente as Licitantes que apresentarem a sua proposta em consonância com o subquesto avaliado, ou seja, que atenda a exigências do instrumento convocatório respectivamente.

Portanto, a licitante MONTE CRISTO não deveria receber pontuação nesse subquesto, faz-se necessário da reforma da pontuação atribuída para a ela, por não atender as condições mínimas exigidas no item.

Ademais, na seara de que a análise da proposta técnica deverá ser reformada e por consequência não ser atribuído qualquer tipo de pontuação para as alíneas supracitadas neste

tópico, a licitante MONTE CRISTO deverá ter a sua proposta técnica desclassificada com base no item 7.5 alínea “C”, vejamos:

“7.5 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das seguintes situações:

a) Apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do invólucro n.º 2;

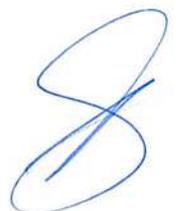
b) Não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;

c) Obter pontuação zero em um ou mais quesitos ou subquesitos.

d) Não atendimento das demais exigências, a depender da gravidade da ocorrência, nos termos do subitem 10.16 deste Edital.” (Grifo nosso)

Em conclusão quanto a este tópico devidamente fundamentado, o julgamento da subcomissão técnica de avaliação não obedeceu ao **princípio da vinculação do instrumento convocatório**, sendo que a decisão de pontuar a licitante MONTE CRISTO deverá ser reformada.

Os princípios são regras que servem de interpretação das demais normas jurídicas, apontando os caminhos que devem ser seguidos pelos aplicadores da lei. Os princípios procuram eliminar lacunas, oferecendo coerência e harmonia para o ordenamento jurídico.



4. DA NECESSIDADE DE REFORMA DA DECISÃO QUE PONTUOU A LICITANTE AGÊNCIA TRADICIONAL E DIGITAL

4.1. INVÓLUCRO 1 – SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA – ITEM 7.3.1.3 ALÍNEAS “B” E “F”

Por alguma falha de produção, a licitante AGÊNCIA TRADICIONAL apresentou as suas peças com erros graves de padronização, especificamente pela não aplicação das regras estabelecidas no manual de marca e logomarca do CREA-MT, o que por consequência ficaram prejudicadas.

A licitante utilizou de forma errada a versão negativa da marca do CREA-MT, conforme Manual de Marca disponibilizado pela comissão. O Manual é imperativo no uso do brasão em suas cores originais, não respeitado pela licitante. Vejamos:

VERSÃO NEGATIVA

Em fundos coloridos escuros, a marca permite a aplicação negativa considerando as cores originais do brasão.



Figura 7 - Visão do manual de marca CREA-MT

Antes de mexer com obra ou colocar seus projetos em prática, exija o registro do CREA-MT. Assim, você valoriza o conhecimento técnico e tem a garantia da execução do seu projeto por um profissional habilitado e capacitado.



CREA-MT
Conselho Regional de Engenharia
e Agronomia de Mato Grosso

FUJA dos PROBLEMAS. EXIJA o REGISTRO NO CREA-MT.

X'

Figura 8 - Peça apresentada pela LICITANTE

FUJA dos Problemas



CREA-MT
Conselho Regional de Engenharia
e Agronomia de Mato Grosso

Figura 9 - Peça apresentada pela LICITANTE



Figura 10 - Peça apresentada pela LICITANTE

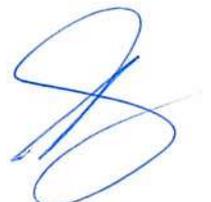
A subcomissão técnica nada fez para desclassificar a AGÊNCIA TRADICIONAL, ou seja, somente aplicou um redutor na pontuação.

Ocorre que nos termos do item 7.3.1.3, especificamente nas alíneas “B” e “F”, foram concedidos a AGÊNCIA TRADICIONAL uma pontuação “provida” de muita razoabilidade e proporcionalidade em relação aos materiais apresentados, e principalmente não foi utilizado um critério objetivo e vinculado ao instrumento convocatório. Vejamos a exigência do instrumento convocatório:

“7.3.1.3 Subquesto Ideia Criativa:

- b) A pertinência da solução criativa com a natureza do CREA-MT, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- f) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;”

Ora i. Presidente, a licitante AGÊNCIA TRADICIONAL não atende as condições estabelecidas nas alíneas destacadas e não respeita o manual da marca e logomarca do CREA-MT e ainda recebe pontuação!?



O item 7.3.1.3 alíneas “B” e “F” é claro e cristalino que será pontuado somente as Licitantes que apresentarem a sua proposta em consonância com o subquesto avaliado, ou seja, que atenda a exigências do instrumento convocatório respectivamente.

Portanto, a licitante AGÊNCIA TRADICIONAL não deveria receber pontuação nesse subquesto, faz-se necessário da reforma da pontuação atribuída para a ela, por não atender as condições mínimas exigidas no item.

Ademais, na seara de que a análise da proposta técnica deverá ser reformada e por consequência não ser atribuído qualquer tipo de pontuação para as alíneas supracitadas neste tópico, a licitante AGÊNCIA TRADICIONAL deverá ter a sua proposta técnica desclassificada com base no item 7.5 alínea “C”, vejamos:

“7.5 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das seguintes situações:

- a) Apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do invólucro n.º 2;
- b) Não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;
- c) Obter pontuação zero em um ou mais quesitos ou subquestos.**
- d) Não atendimento das demais exigências, a depender da gravidade da ocorrência, nos termos do subitem 10.16 deste Edital.” (Grifo nosso)

Em conclusão quanto a este tópico devidamente fundamentado, o julgamento da subcomissão técnica de avaliação não obedeceu ao **princípio da vinculação do instrumento convocatório**, sendo que a decisão de pontuar a licitante MONTE CRISTO deverá ser reformada.

Os princípios são regras que servem de interpretação das demais normas jurídicas, apontando os caminhos que devem ser seguidos pelos aplicadores da lei. Os princípios procuram eliminar lacunas, oferecendo coerência e harmonia para o ordenamento jurídico.



5. DA NECESSIDADE DE REFORMA DA DECISÃO QUE PONTUOU A LICITANTE MERCATTO

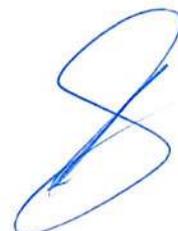
5.1. INVÓLUCRO 1 – SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA – ITEM 7.3.1.3 ALÍNEA “B”

O instrumento convocatório ANEXO I – (B) PROJETO BÁSICO – BRIEFING define as premissas e diretrizes para a elaboração do Plano de Comunicação Publicitária. No quesito principal “ANUNCIANTE” as licitantes deverão atender a seguinte exigência:

“ANUNCIANTE: CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO ESTADO DE MATO GROSSO - CREA MT” (Grifo nosso).

Denota-se que houve falha na produção de seu material, a composição das peças apresentadas pela LICITANTE possui logo do CREA (Nacional) e não do CREA-MT, o que por consequência não atendeu o ANUNCIANTE exigido no BRIEFING.

A subcomissão técnica nada fez para desclassificar a MERCATTO, ou seja, somente aplicou um redutor na pontuação. Vejamos as peças apresentadas:





CENA 7: Entra cartela com assinatura animada para encerrar o video. Logo do CREA MT





Entra cartela com o logo do CREA MT para encerrar o vídeo.



Se tem CREA, tem qualidade e segurança na sua área.

PARA A DOR DE CABEÇA DE QUEM
CONTRATOU ENGENHEIRO SEM CREA.

»»» Contrate **PROFISSIONAIS CREDENCIADOS.**

SE TEM CREA, TEM QUALIDADE NA OBRA.

www.crea-mt.org.br **CONFEA CREA MUTUA**



PARA ESFRIAR A CABEÇA DE QUEM
CONTRATOU UM AGRÔNOMO SEM CREA

»»» Contrate **PROFISSIONAIS CREDENCIADOS**

SE TEM CREA, TEM QUALIDADE NA LAVOURA.

www.crea-mt.org.br **CONFEA CREA MUTUA**





Ocorre que nos termos do item 7.3.1.3, especificamente na alínea “B”, foi concedido a MERCATTO uma pontuação “provida” de muita razoabilidade e proporcionalidade em relação ao material apresentado, e principalmente não foi utilizado um critério objetivo e vinculado ao instrumento convocatório. Vejamos a exigência do instrumento convocatório:

“7.3.1.3 Subquesito ideia criativa:

b) A pertinência da solução criativa com a natureza do CREA-MT, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;” (Grifo Nosso)

Ora i. Presidente, a licitante MERCATTO não atende as condições estabelecidas no “OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO” do BRIEFING e ainda é recebe pontuação!? **O material apresentado foi para o CREA NACIONAL e não para o CREA-MT como exigido no BRIEFING.**

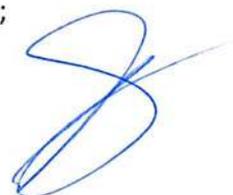
O item 7.3.1.3 alínea “B” é claro e cristalino que será pontuado somente as Licitantes que apresentarem a sua proposta em consonância com o subquesito avaliado, ou seja, que atenda aos “objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing” **para o anunciante CREA-MT.**

Portanto, a licitante MERCATTO não deveria receber pontuação nesse subquesito, faz-se necessário da reforma da pontuação atribuída para a ela, por não atender as condições mínimas exigidas no BRIEFING.

Por fim, na seara de que a proposta técnica deverá ser reformada e por consequência não ser atribuído qualquer tipo de pontuação para a alínea “B” do item 7.3.1.3, a licitante MERCATTO deverá ter a sua proposta técnica desclassificada com base no item 7.5 alínea “C”, vejamos:

“7.5 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das seguintes situações:

- a) Apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do invólucro n.º 2;
- b) Não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;



c) Obter pontuação zero em um ou mais quesitos ou subquesitos.

d) Não atendimento das demais exigências, a depender da gravidade da ocorrência, nos termos do subitem 10.16 deste Edital." (Grifo nosso)

Em conclusão quanto a este tópico devidamente fundamentado, o julgamento da subcomissão técnica de avaliação não obedeceu ao **princípio da vinculação do instrumento convocatório**, sendo que a decisão de pontuar a licitante MERCATTO deverá ser reformada.

Os princípios são regras que servem de interpretação das demais normas jurídicas, apontando os caminhos que devem ser seguidos pelos aplicadores da lei. Os princípios procuram eliminar lacunas, oferecendo coerência e harmonia para o ordenamento jurídico.



5.2. INVÓLUCRO 1 – SUBQUESITO 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA – ITEM

7.3.1.4 ALÍNEA “A”

O instrumento convocatório ANEXO I – (B) PROJETO BÁSICO – BRIEFING define as premissas e diretrizes para a elaboração do Plano de Comunicação Publicitária das Licitantes. No quesito de rádio e TV as licitantes deverão atender a seguinte exigência:

“Rádio: Veiculação de spots de 30” (trinta segundos) na principal emissora de rádio, e de maior audiência, das cidades sedes de Regionais do Crea MT, com 40 (quarenta) inserções em período de quatro semanas.” (Grifo nosso).

“Televisão: Inserção de mídia publicitária ou material informativo em emissora de TV, com audiências de classes A, B, C, em horário determinado. Produção de VT’s de 30” (trinta segundos) com números de inserções e tempo de veiculação determinado pelo projeto.” (Grifo nosso)”.

Por alguma falha na produção de seu material, a composição das planilhas e os objetivos do plano de comunicação da MERCATTO ficou prejudicada. O prejuízo foi causado pela não inclusão na estratégia de mídia a “Rádio Gazeta de Cuiabá”, que é a líder absoluta em audiência, descumprindo assim uma das obrigadoriedades solicitadas no Briefing do edital.

A subcomissão técnica nada fez para desclassificar a MERCATTO, ou seja, somente aplicou um redutor na pontuação. Corroborando com o nosso entendimento apresentamos os dados de audiência que reforçam que a “Rádio Gazeta de Cuiabá” é a líder de audiência. Vejamos:



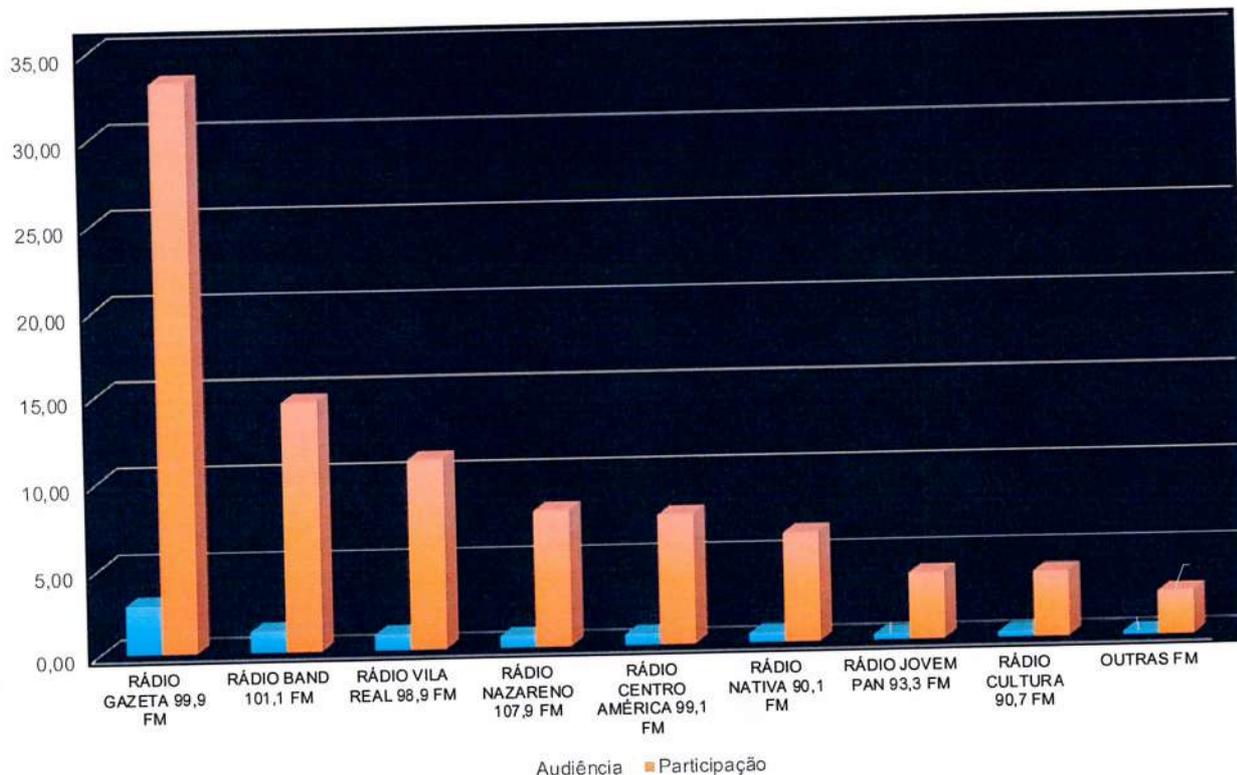


Figura 11 - Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | Praça Cuiabá e Várzea Grande - Período 23/08/2021 a 30/08/2021

Outro ponto relevante de falha da proposta técnica da MERCATTO, foi a falta dos valores de produção, ou seja, não compôs o valor da entrega digital da TV Centro América. Vejamos na página 25 de seu plano:

MATERIAL DE NÃO MÍDIA, VALORES ALOCADOS NA PRODUÇÃO DE CADA PEÇA E OU MATERIAL DE NÃO MÍDIA			
MATERIAIS	VALOR	QUANTIDADES	%
MÍDIA			
OUTDOOR	R\$ 2.470,00	10	6%
2 VTs 30" COM 1 REDUÇÃO DE 15"	R\$ 17.850,00	3	46%
SPOTS DE 30"	R\$ 2.000,00	2	5%
ANIMAÇÃO DE FULLBANNER	R\$ 400,00	2	1%
VIDEOS INSTITUCIONAIS CARTELADO DE 3 MIN	R\$ 7.400,00	2	19%
NÃO MÍDIA			
FOLDER	R\$ 1.820,00	2000	5%
PANFLETO	R\$ 850,00	5000	2%
DISTRIBUICAO DO PANFLETO	R\$ 5.600,00	1	15%
TOTAL	R\$ 38.390,00	7020	100%

Ademais, mediante as duas falhas acima exposta, destacamos também que no texto da estratégia de mídia a licitante MERCATTO cita alguns dados de audiência que não são detalhados no mapa de mídia e em nenhuma outra página de seu caderno, vejamos:



Estaremos presentes em programas que têm afinidade com o público e que também têm penetração na sociedade em geral como os programas jornalísticos. Para definir o programa, foram levados em consideração a audiência e o melhor custo-benefício com o objetivo de otimizar a verba e ter maior frequência da campanha e, com essa distribuição na Globo, temos um total de 27 inserções com 420 GRPs (pontos de audiência bruta).

Na página 44 de seu plano de comunicação existe programação sem dados de audiência.

Vejamos:

CAVLANHA LICITAÇÃO 001021

PEÇAS: A - VT, G - VT

FORMATO: 30", 15"

PERÍODO: SETEMBRO2021

COLOCACÃO	DIAS	HORAS	TOT. GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$	
MATO GROSSO (ESTADUAL) (M)							
BOM DIA PRACA	A	1	1	1.710,00		16.658,00	
MAIS VOCE	A	1	1	1.810,00		7.249,00	
GLOBO ESPORTE	A	1	1	4.322,00		12.960,00	
NOVELA 1	A	1	1	4.371,00		12.213,00	
PRACA TV 2 EDICAO	G	1	1	8.338,40		16.815,50	
E DE CASA	G	1	1	1.041,80		2.123,00	
E BEM MATO GROSSO	A	1	1	2.287,00		4.574,00	
PEQUENAS EMPRESAS	A	1	1	1.260,00		2.526,00	
GLOBO RURAL	G	1	1	1.872,50		3.945,00	
** SUB TOTAL			27	421		72.390,50	
COMISS. AGÊNCIA: R\$ 14.469,70							
VALOR LIQUIDO: R\$ 57.920,80							
OBSERVAÇÃO						27	421
TOTAL R\$							72.390,50

44

← VEA PAGINA SEGUINTE →

Ocorre que nos termos do item 7.3.1.4, especificamente na alínea "A", foi concedido a MERCATTO uma pontuação "provida" de muita razoabilidade e proporcionalidade em relação ao material apresentado, e principalmente não foi utilizado um critério objetivo e vinculado ao instrumento convocatório. Vejamos a exigência do instrumento convocatório:

"7.3.1.4 Subquesto estratégia de mídia e não mídia:

a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os **objetivos de comunicação estabelecidos** no Briefing;" (Grifo Nosso)

Ora i. Presidente, a licitante MERCATTO não atende as condições estabelecidas no "OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO" do BRIEFING e ainda é recebe pontuação!?



O item 7.3.1.4 alínea “a” é claro e cristalino que será pontuado somente as Licitantes que apresentarem a sua proposta em consonância com o subquesto avaliado, ou seja, que atenda aos “objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing”.

Portanto, a licitante MERCATTO não deveria receber pontuação nesse subquesto, faz-se necessário da reforma da pontuação atribuída para a ela, por não atender as condições mínimas exigidas no BRIEFING.

Por fim, na seara de que a proposta técnica deverá ser reformada e por consequência não ser atribuído qualquer tipo de pontuação para a alínea “A” do item 7.3.1.4, a licitante MERCATTO deverá ter a sua proposta técnica desclassificada com base no item 7.5 alínea “C”, vejamos:

“7.5 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das seguintes situações:

a) Apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do invólucro n.º 2;

b) Não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;

c) Obter pontuação zero em um ou mais quesitos ou subquestos.

d) Não atendimento das demais exigências, a depender da gravidade da ocorrência, nos termos do subitem 10.16 deste Edital.” (Grifo nosso)

Em conclusão quanto a este tópico devidamente fundamentado, o julgamento da subcomissão técnica de avaliação não obedeceu ao **princípio da vinculação do instrumento convocatório**, sendo que a decisão de pontuar a licitante MERCATTO deverá ser reformada.

Os princípios são regras que servem de interpretação das demais normas jurídicas, apontando os caminhos que devem ser seguidos pelos aplicadores da lei. Os princípios procuram eliminar lacunas, oferecendo coerência e harmonia para o ordenamento jurídico.



6. PEDIDOS

À vista do exposto, requer o provimento do recurso visto que inexistente fundamento legal e técnico para manter a pontuação das licitantes abaixo, de modo que:

I. Seja reformada a decisão da pontuação da MONTE CRISTO no que se diz respeito:

- ✓ Não atender ao SUBQUESITO 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia - item 7.3.1.4 alíneas "A", "B", "C" e "E" e por consequência desclassificar a sua proposta técnica conforme o item 7.5. alínea "C".
- ✓ Não atender ao SUBQUESITO 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia - item 7.3.1.4 alíneas "B", "C" e "E" e por consequência desclassificar a sua proposta técnica conforme o item 7.5. alínea "C".
- ✓ Não atender ao SUBQUESITO 3 – ideia Criativa - item 7.3.1.3 alíneas "B" e "F", por consequência desclassificar a sua proposta técnica conforme o item 7.5. alínea "C".
- ✓ Desclassificar a proposta técnica da MONTE CRISTO por não cumprir o item 4.2.10.8. alínea "A".

II. Seja reformada a decisão da pontuação da AGÊNCIA TRADICIONAL e digital no que se diz respeito:

- ✓ Não atender ao SUBQUESITO 3 – Ideia Criativa - item 7.3.1.3 alíneas "B" e "F" e por consequência desclassificar a sua proposta técnica conforme o item 7.5. alínea "c".

III. Seja reformada a decisão da pontuação da mercatto no que se diz respeito:

- ✓ Não atender ao SUBQUESITO 3 – Ideia Criativa - item 7.3.1.3 alínea "B", e por consequência desclassificar a sua proposta técnica conforme o item 7.5. alínea "C".
- ✓ Não atender ao SUBQUESITO 4 – Estratégia de Mídia e Não Mídia - item 7.3.1.4 alínea "A", e por consequência desclassificar a sua proposta técnica conforme o item 7.5. alínea "C".

Nestes termos

Pede Deferimento.

Cuiabá/MT, 17 de novembro de 2021.



Luiz Gonzaga Rodrigues Junior
Representante Legal
CNPJ: 26.787.440/0001-24