



ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DO CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DE MATOGROSSO (CREA-MT)

TOMADA DE PREÇO Nº 001/2021

PROCESSO Nº 2021008796

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.

MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA

LTDA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 04.960.718/0001-80, sediada na Av. Miguel Sutil, nº 8.800, Edifício Advanced Business - Sala 1.309, Bairro Duque de Caxias, CEP 78.043-305, em Cuiabá/MT, por sua representante legal que ao final subscreve, vem, respeitosamente, à ilustre presença de Vossa Senhoria, com fundamento no art. 11, § 4º, inciso VIII, da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, art. 109, inciso I, alínea “b”, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, bem como nos itens 10.8.2.2 e 14.2, ambos do Edital em epígrafe, afim de interpor, tempestivamente, o presente

RECURSO ADMINISTRATIVO

AV. MIGUEL SUTIL NR. 8.800 - DUQUE DE CAXIAS,
13º ANDAR - SALA 1309 - ED. ADVANCED BUSINESS | CEP. 78.043.305

65 3624-6333 MERCATTOCOMUNICACAO.COM.BR

MERCATTOCOMUNICACAO @MERCATTOCOMUNICACAO

em face da decisão proferida por esta douta Comissão Permanente de Licitação, publicada durante a 2ª Sessão Pública, onde divulgou o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, nos autos da licitação **TOMADA DE PREÇO Nº 001/2021** (PROCESSO Nº 2021008796), o que faz com lastro nas razões fáticas, jurídicas e, principalmente, técnicas, adiante aduzidas e articuladas.

II – DA TEMPESTIVIDADE E DO CABIMENTO

A empresa MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, ora *Recorrente*, teve ciência da decisão proferida por esta douta Comissão Permanente de Licitação - CPL, quanto ao resultado do julgamento das Propostas Técnicas, por meio da lavratura da Ata, durante a 2ª Sessão Pública, ocorrida no dia 22 de outubro de 2021, momento a partir do qual, os representantes das empresas participantes passaram a ter acesso às propostas técnicas, para análise e considerações.

Posteriormente, no dia 09 de novembro de 2021, foi publicado por esta Comissão Permanente de Licitação, o AVISO DE PRAZO DE RECURSO DE PROPOSTA TÉCNICA, onde dispõe que o prazo recursal teria início a partir do dia 10/11/2021 às 15:54 horas, tendo como data final para interposição/protocolo, o dia 17/11/2021 (quarta-feira), no mesmo horário.

Nestes termos, de acordo com o art. 11, § 4º, inciso VIII, da Lei nº 12.232/2010, após a publicação do resultado do julgamento das propostas técnicas, deverá ser aberto o prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea *b* do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993. Vejamos:

Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.

(...)

§ 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

(...)

VIII - publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

Nesta esteira, de acordo com o art. 109, inciso I, alínea “b”, da Lei nº 8.666/1993, cabe recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados a partir da lavratura da ata, nos casos de julgamento das propostas. Vejamos:

Art. 109. Dos atos da Administração decorrentes da aplicação desta Lei cabem:

I - recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

(...)

b) julgamento das propostas; *(grifamos)*

O art. 5º, inciso XXXIV, “a” e LV, da Constituição Federal, determina, expressamente, que são assegurados aos litigantes, inclusive em processo administrativo, o direito de petição em defesa de seus direitos, assegurando o contraditório e a ampla defesa. Vejamos:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito

à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

(...)

XXXIV - são a todos assegurados, independentemente do pagamento de taxas:

a) o direito de petição aos Poderes Públicos em defesa de direitos ou contra ilegalidade ou abuso de poder;

(...)

LV - aos litigantes, em processo judicial ou administrativo, e aos acusados em geral **são assegurados o contraditório e ampla defesa**, com os meios e recursos a ela inerentes; *(grifamos)*

Ainda sobre o tema, de acordo com os itens 10.8.2.2 e 14.2, ambos do Edital em epígrafe, após realizados os procedimentos relativos à segunda sessão pública, e após a divulgação do resultado geral das pontuações atribuídas às propostas técnicas, com a decisão da CPL e dos membros da subcomissão técnica, deverá ser aberto prazo para interposição de recurso. Vejamos:

10.8.2.2 Caso se constate a ausência de licitante com representante credenciado na sessão, ou ainda qualquer representante manifeste a intenção de recorrer das decisões da CPL, **será aberto o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no subitem 14.2 deste Edital.** *(grifamos)*

14.2 Da decisão da CPL ou da Subcomissão Técnica caberá recurso. *(grifamos)*

Por fim, cumpre mencionar que, de acordo com o art. 110, da Lei nº 8.666/1993, na contagem dos prazos, exclui-se o dia de início e inclui-se o dia de vencimento, bem como que os prazos só se iniciam e vencem em dia de expediente no órgão. Vejamos:

Art. 110. Na contagem dos prazos estabelecidos nesta Lei, **excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento**, e considerar-se-ão os dias consecutivos, exceto quando for explicitamente disposto em contrário.

Parágrafo único. Só se iniciam e vencem os prazos referidos neste artigo em dia de expediente no órgão ou na entidade. (grifamos)

Portanto, diante do exposto, considerando o que dispõe o art. 11, § 4º, inciso VIII, da Lei nº 12.232/2010, o art. 109, inciso I, alínea “b”, da Lei nº 8.666/1993 e os itens 10.8.2.2 e 14.2, ambos do Edital, bem como a publicação do AVISO DE PRAZO DE RECURSO DE PROPOSTA TÉCNICA, ocorrida no dia 09 de novembro de 2021 (terça-feira), e ainda, tendo em vista o feriado nacional ocorrido no dia 15 de novembro de 2021 (Proclamação da República), tem-se que o prazo final para interposição das razões recursais se dará no dia 17 de novembro de 2021 (quarta-feira), razão pela qual resta inteira e claramente demonstrada a tempestividade e o cabimento da presente peça apelativa, merecendo ser conhecida e apreciada, por estarem presentes os seus pressupostos de admissibilidade.

II – DOS FATOS SUBJACENTES

Versam os autos, sobre Processo Licitatório (Processo Administrativo nº 2021008796), instaurado por este CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DE MATOGROSSO (CREA-MT), sob a modalidade TOMADA DE PREÇOS, identificada com o nº 001/2021, do tipo TÉCNICA E PREÇO, tendo por objeto, em suma, a contratação de empresa especializada para prestação de

serviços de publicidade por intermédio de agência de propaganda.

Durante a realização da 2ª Sessão Pública, ocorrida no dia 22 de outubro de 2021, foi divulgado por esta Comissão Permanente de Licitação, o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, conforme a seguir:

Proposta	Empresa	Envelope 01	Envelope 03	Total
Proposta 01	Agencia Tradicional e Digital EIRELI-ME	146,00	87,50	77,80
Proposta 02	Mercatto Comunicação Integrada	154,00	92,00	82,00
Proposta 03	Montecristo Propaganda	171,00	91,50	87,50
Proposta 04	GENIUS Publicidade	183,50	105,00	96,00

Ocorre que a pontuação atribuída à empresa MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA há de ser revista e reconsiderada, uma vez que não reflete a pujança, pertinência e acuidade da Proposta Técnica que foi apresentada neste certame.

Noutra ponta, após análise técnica/jurídica minuciosa e detalhada acerca das propostas apresentadas pelas demais proponentes, foram encontrados diversos vícios insanáveis e irregularidades graves que ensejam a desclassificação ou, ao menos, a redução significativa das notas atribuídas à elas, pela Subcomissão Técnica.

Assim, em que pese o respeito e o acatamento nutrido pelos membros desta Comissão Permanente de Licitação e pelos membros da Subcomissão Técnica, a *Recorrente*, inconformada com a decisão proferida, já pedindo adiantadas *vênias*, vem perante Vossa Ilustre Senhoria, expor e requerer o que segue, pugnando ao final pela revisão das Propostas Técnicas apresentadas e a reconsideração das notas atribuídas pela Subcomissão Técnica, nos termos que passa a expor.

É a síntese necessária, que merece registro.

III – DAS RAZÕES RECURSAIS DE REFORMA

Senhor Presidente, compulsando os autos e analisando minuciosa e detalhadamente os termos, exigências e delimitações dispostas no instrumento convocatório em cotejo com as Propostas Técnicas apresentadas neste certame, em especial quanto às notas atribuídas a cada quesito e subquesito da Proposta Técnica da empresa MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, bem como sopesando as Propostas Técnicas e as pontuações que foram atribuídas à demais empresas licitantes, é possível concluir que a decisão publicada há de ser revista pelos membros da Subcomissão Técnica, afim de que não se consolide equívocos, ilegalidades e injustiças, conforme razões técnicas/jurídicas a seguir delineadas, que darão lastro à reforma postulada.

A) DO PLANO DE COMUNICAÇÃO - VIA NÃO IDENTIFICADA

A.1) DO NÃO CUMPRIMENTO DAS EXIGÊNCIAS NA FORMATAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA.

O item 4.2 do Edital determina os parâmetros a serem observados na formatação do conteúdo para garantir o padrão de apresentação, contribuindo assim para que as participantes não se identifiquem pela forma e/ou outros recursos visuais utilizados e assim, para que todos tenham as mesmas condições de participação. Vejamos:

4.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

a) Em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;

- b)** Capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;
- c)** Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato;
- d)** Espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e superior e 2 cm na direita e inferior, a partir das respectivas bordas;
- e)** Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f)** Espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g)** Alinhamento justificado do texto;
- h)** Texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos;
- i)** Numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j)** Sem identificação da licitante.

A propósito, é importante frisar, que este “padrão a ser seguido”, é vital para o certame e busca garantir, resguardar e propiciar a aplicação do princípio da isonomia.

Ocorre que as licitantes MONTE CRISTO EIRELI (MONTE CRISTO STUDIO), AGENCIA TRADICIONAL E DIGITAL EIRELI (STING) e LUIZ G RODRIGUES JUNIOR (GENIUS PUBLICIDADES), foram unânimes em não seguir as exigências do Edital no que diz respeito ao uso das margens nos documentos.

O instrumento convocatório, como lei interna do certame, determinou em seu item 4.2., “d”, que o espaçamento devia ser de “3 cm na margem

esquerda e superior e de 2 cm nas margens direita e inferior a partir das respectivas bordas”.

As empresas STING, GENIUS PUBLICIDADES e MONTE CRISTO STUDIO apresentaram discrepâncias graves nas margens esquerda e superior de 0,5 cm (para menos, do lado esquerdo e para mais na margem superior).

Trata-se de uma desobediência ao Edital que deve ser considerada para fins de julgamento técnico, sob pena de tratar os demais participantes de forma desigual e, nesse caso, desprivilegiando quem se atentou aos detalhes e buscou seguir o Edital fielmente, como é o caso da *Recorrente*.

Assim, diante do exposto, REQUER sejam DESCLASSIFICADAS as empresas MONTE CRISTO EIRELI (MONTE CRISTO STUDIO), AGENCIA TRADICIONAL E DIGITAL EIRELI (STING) e LUIZ G RODRIGUES JUNIOR (GENIUS PUBLICIDADES) por não observarem as determinações e exigências do Edital, em especial por descumprir o item 4.2 do Edital.

Em homenagem aos princípios da eventualidade e da concentração dos atos, na remota hipótese de Vossa Senhoria e dos membros da Subcomissão Técnica, entenderem de modo diverso – o que não se espera, REQUER desde já, sejam revistas as Propostas Técnicas apresentadas pelas empresas MONTE CRISTO EIRELI (MONTE CRISTO STUDIO), AGENCIA TRADICIONAL E DIGITAL EIRELI (STING) e LUIZ G RODRIGUES JUNIOR (GENIUS PUBLICIDADES), afim de que sejam REDUZIDAS as pontuações a elas atribuídas.

A.2) DO NÚMERO DE PEÇAS APRESENTADAS NO SUBQUESITO “IDEIA CRIATIVA”.

Ainda com relação ao Plano de Comunicação, verificamos que houve uma falha grave por parte da empresa LUIZ G RODRIGUES JUNIOR (GENIUS PUBLICIDADES).

O Edital é claro como a luz solar ao exigir no item 4.2.10.3, alínea “a”, que “a relação das peças publicitárias que a licitante julgar necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma, estão limitadas a 8 (oito) tipos distintos de peças”. Vejamos:

4.2.10.3 Subquesto III - Ideia Criativa: apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:
a) Relação das peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma, limitadas a 08 (oito) tipos distintos de peças.

E complementa, a seguir, no subitem 4.2.10.3.2 que “os exemplos de peças publicitárias (...) estão limitadas a 02 (dois) e no máximo 05 (cinco) para cada peça, independente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica (...)”. Vejamos:

4.2.10.3.2 Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea ‘b’ do subitem **4.2.10.3** estão limitados a no mínimo 02 (dois) e no máximo 05 (cinco) para cada peça, independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:
a) Roteiro, *layout* ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
b) ‘monstro’ ou *layout* eletrônico, para o meio rádio;
c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;
d) ‘boneca’ ou *layout* montado dos materiais de não mídia.

Ora, se a exigência é de que sejam apresentadas no mínimo 8 tipos de peças, sendo no mínimo 2 ou no máximo 5 peças de cada, as licitantes deveriam, obrigatoriamente, apresentar no mínimo 16 (dezesesseis) e no máximo 40 (quarenta) peças corporificadas.

Ocorre, no entanto, que a empresa GENIUS PUBLICIDADES apresentou um total de 12 (doze) peças, sendo: 2 VTs de 30"; 2 spots de 30"; 2 anúncios de jornal ½ página; 2 peças para redes sociais; 2 full banners e 2 DVDs institucionais.

Assim, apresentou 6 (seis) tipos de peças, em vez das 8 (oito) exigidas pelo Edital e deixou de cumprir o número mínimo de peças corporificadas, contabilizando 4 (quatro) peças a menos do que o Edital exigia.

Trata-se de um vício insanável, passível de desclassificação ou, no mínimo, de redução de nota, o que não ocorreu, pelo contrário, a empresa ocupa o primeiro lugar no certame, com maior nota.

Claramente houve um equívoco por parte dos membros da Subcomissão Técnica (que agora poderão rever e reconsiderar o equívoco) ao não identificar e considerar essa irregularidade grave ao pontuar a proposta técnica apresentada.

Outra licitante, a empresa MONTE CRISTO STUDIO, cometeu um erro parecido, mas, desta vez, o problema está em ultrapassar no número de peças apresentadas para cada tipo de meio.

Como relatamos acima, o edital exige que sejam apresentados 8 tipos de peças, sendo o limite estabelecido de no mínimo 2 e no máximo 5 peças para cada meio.

A empresa MONTE CRISTO STUDIO apresentou um total de 21 (vinte e uma peças) e, desse total, 7 (sete) peças eram digitais, ou seja, 2 (duas) peças a mais do que o permitido.

As peças apresentadas para o ambiente digital foram: 2 posts individuais para redes sociais; 2 stories para redes sociais; 1 post carrossel e 2 full banners para site.

Acreditamos se tratar de uma falha grave e fatal, pois o Edital é claro ao estabelecer os limites que vão balizar o processo e equiparar as propostas diante da comissão de forma que a estratégia e a abordagem criativa falem por si.

Inclusive, uma das razões mais importantes para a adoção desse formato de apresentação apócrifo é justamente “igualar” as condições básicas para que, ao seguir as regras impostas pelo Edital, as empresas participantes tenham as mesmas condições no certame e a decisão seja tomada de maneira imparcial.

Toda vez que uma regra básica é ignorada e, como no caso, um princípio basilar como da isonomia é quebrado, a licitante em questão recebe vantagem frente às demais licitantes, o que torna o processo viciado e injusto para os demais.

Assim, diante do exposto, REQUER sejam DESCLASSIFICADAS as empresas MONTE CRISTO EIRELI (MONTE CRISTO STUDIO) e LUIZ G RODRIGUES JUNIOR (GENIUS PUBLICIDADES) por não observarem as determinações e exigências do Edital, em especial por descumprir os itens 4.2.10.3 e 4.2.10.3.2 do Edital.

Em homenagem aos princípios da eventualidade e da concentração dos atos, na remota hipótese de Vossa Senhoria e dos membros da Subcomissão Técnica, entenderem de modo diverso – o que não se espera, REQUER desde já,

sejam revistas as Propostas Técnicas apresentadas pelas empresas MONTE CRISTO EIRELI (MONTE CRISTO STUDIO) e LUIZ G RODRIGUES JUNIOR (GENIUS PUBLICIDADES), afim de que sejam REDUZIDAS as pontuações a elas atribuídas.

A.3) DA ORIGINALIDADE DO PARTIDO TEMÁTICO AO OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO.

Outro ponto que merece revisão por parte da Subcomissão Técnica é no que diz respeito ao partido temático proposto pela empresa GENIUS PUBLICIDADES.

O conceito apresentado por ela, afirma: “Profissionais da Engenharia, Agronomia e Geociências. Especialistas em soluções”. Entendemos que, além de pouco criativo, é bastante “genérico” já que a expressão “especialista em soluções” é hoje um “lugar comum” e pode ser utilizada para qualquer cliente, em qualquer segmento, não agregando originalidade ou qualquer diferenciação para a marca CREA-MT.

Trata-se de uma falha grave, uma vez que o objetivo do briefing é justamente valorizar os profissionais, ou seja, colocá-los em uma posição de destaque, trazendo luz para os benefícios de sua atuação no mercado.

Isso não ocorre, de forma alguma, na campanha apresentada pela empresa GENIUS PUBLICIDADES. Nem sob a forma de textos, nem sob a forma de imagens, uma vez que, a solução visual também é simplista ao apresentar os profissionais reunidos, sem qualquer elemento que desperte a curiosidade.

Fica claro que a proposta não atende ao básico exigido para que uma boa campanha alcance resultados exitosos, pois, tanto na forma quanto no conteúdo, há flagrante falha ao despertar a atenção, gerar interesse, criar desejo e levar à ação.

Outro ponto desfavorável na campanha é o fato de só mencionar a necessidade de contratar profissionais registrados de forma bastante tímida nos textos, uma vez que o objetivo principal da comunicação é incentivar a sociedade a só contratar profissionais registrados na entidade.

De maneira geral, ainda que a análise criativa seja algo bastante subjetivo, é fato que a campanha da empresa GENIUS PUBLICIDADES é a que menos se destaca entre as propostas apresentadas, devido à baixa originalidade, à pouca força de seu partido temático e às soluções pouco criativas que foram utilizadas em sua concepção gráfica.

No entanto, a empresa GENIUS PUBLICIDADES foi avaliada com a melhor nota entre as propostas apresentadas, o que parece pouco coerente diante do resultado final.

Considerando as demais irregularidades apresentadas pela proposta técnica da empresa GENIUS PUBLICIDADES, tanto na formatação do plano, no número reduzido de peças corporificadas da Ideia criativa e no quesito originalidade das peças, a revisão da pontuação pela Subcomissão Técnica é medida que se impõe, sob pena de violação das leis e princípios que norteiam e sustentam este certame.

Assim, diante do exposto, REQUER seja DESCLASSIFICADA a empresa LUIZ G RODRIGUES JUNIOR (GENIUS PUBLICIDADES) por não observar as determinações e exigências do Edital ou, na remota hipótese de Vossa Senhoria e dos membros da Subcomissão Técnica, entenderem de modo diverso – o que não se espera, REQUER desde já, seja revista a Proposta Técnica apresentada pela empresa LUIZ G RODRIGUES JUNIOR (GENIUS PUBLICIDADES), afim de que seja REDUZIDA a pontuação a ela atribuída.

A.4) DA PERTINÊNCIA DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO E DA IDEIA CRIATIVA CONSIDERANDO OS OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO.

Um dos quesitos mais importantes na avaliação das propostas das licitantes é a pertinência do conceito proposto considerando os objetivos de comunicação expressos no briefing.

Isso porque, mais importante do que apresentar uma solução bonita e criativa, é propor um conceito que consiga “traduzir” uma mensagem forte, assertiva e verdadeira, capaz de persuadir o público, levando à ação desejada.

Sendo assim, ao analisar os autos, verificou-se que a empresa AGENCIA TRADICIONAL E DIGITAL EIRELI (STING) não apenas deixou de propor e de defender um conceito em sua Estratégia de Comunicação, como também apresentou duas versões completamente diferentes de campanha na Ideia Criativa.

São linhas completamente opostas no estilo e na abordagem - uma mais tradicional e a outra baseada no humor - e não há nada, nenhum elemento visual ou textual que seja capaz de “unir” as duas o bastante para que se completem.

Entendemos que essa estratégia não contribui para o reforço da imagem do CREA-MT, tão pouco faz uso inteligente da verba, uma vez que, no mesmo período, o mesmo público seria impactado com duas mensagens completamente distintas, gerando confusão, dispensando os recursos já que seria necessário investir em duas produções diferentes e, além disso, gerando estranheza com a mesma marca emitindo mensagens diferentes sobre o mesmo tema, no mesmo período.

Em verdade, trata-se de uma irregularidade grave adotar essa estratégia, pois, as peças estavam orientadas para o mesmo objetivo, públicos e período, então, nada justifica esforços tão diferentes.

Além disso, há que considerar o curto período de veiculação (apenas 30 dias) e os recursos limitados considerando que a mensagem precisa ser veiculada em todo o Estado.

Nessas condições, já seria um desafio comunicar bem apenas uma campanha, visto que a comunicação se baseia em repetição e é preciso apresentar o mesmo conceito várias vezes para que as pessoas possam fixá-lo.

Esse desafio torna-se ainda mais difícil de cumprir, quando se tem peças e abordagens distintas, apresentadas de forma aleatória.

Assim, faz-se necessário que os membros da Subcomissão Técnica possam reanalisar a Proposta Técnica apresentada pela empresa AGENCIA TRADICIONAL E DIGITAL EIRELI (STING), uma vez que as notas atribuídas em vários momentos, são desproporcionais diante da estratégia equivocada.

Em alguns casos, a empresa AGENCIA TRADICIONAL E DIGITAL EIRELI (STING) é pontuada com nota máxima (como acontece na "Estratégia de Comunicação" pelo Membro 3 da comissão julgadora que conferiu 25 pontos e também na "Ideia Criativa" na qual a agência recebeu 20 pontos, novamente do Membro 3 da comissão.

Essas notas não apenas parecem desalinhadas com o que foi apresentado, uma vez que a licitante sequer apresentou e defendeu seu conceito ou partido temático, uma das exigências do Edital, como ainda adotou uma solução equivocada considerando objetivo de comunicação, verba disponível e públicos da campanha.

Assim, diante do exposto, REQUER seja revista a Proposta Técnica apresentada pela empresa AGENCIA TRADICIONAL E DIGITAL EIRELI (STING), uma vez que não observou as determinações do Edital, afim de que seja REDUZIDA a pontuação a ela atribuída.

B) DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

B.1) DA DISPARIDADE DE NOTAS CONSIDERANDO A ESTRUTURA APRESENTADA PELAS EMPRESAS LICITANTES.

De acordo com o item 4.3.2, as empresas licitantes deveriam apresentar, em caderno específico, a capacidade de atendimento da proponente em executar os serviços, objeto do certame, e o e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes. Vejamos:

4.3.2 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

- a)** Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b)** Quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;
- c)** Infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do CREA-MT para a execução do contrato;
- d)** Sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;
- e)** Relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do CREAMT, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Ao analisarmos de forma técnica e detalhada as notas atribuídas às Propostas pelos membros da Subcomissão Técnica, verifica-se, sem qualquer tipo de esforço, que a pontuação recebida pela empresa MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA está muito baixa em comparação com as demais licitantes, sendo que não há razão técnica para esta disparidade nas notas.

A empresa MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA apresentou em sua equipe todos os profissionais com experiência de mais de 5 anos em suas áreas de atuação, com formação na área e um quadro fixo de 20 pessoas, (excluindo-se dessa lista nosso banco de currículos com mais de 30 profissionais especialistas que são contratados para entregas de projetos especiais), enquanto que a empresa AGENCIA TRADICIONAL E DIGITAL EIRELI (STING), por exemplo, apresentou 14 pessoas, não expôs o tempo de experiência de cada um, nem a formação de todos e mesmo assim na média ficou com nota mais alta que a empresa MERCATTO nesse quesito.

Certamente os membros da Subcomissão Técnica deverão reavaliar as Propostas Técnicas apresentadas, com vistas ao que determina o item 7.3.2 do Edital, de modo que a pontuação atribuída à empresa MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA seja majorada neste quesito.

Outro aspecto que merece revisão por parte dos membros da Subcomissão Técnica, diz respeito avaliação, por parte da Subcomissão Técnica, que não levou em consideração os atributos a serem considerados em relação aos clientes das empresas proponentes.

Pelo que consta dos autos, o porte e tradição de todos os clientes atendidos atualmente pela empresa MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA são superiores aos de todas as outras licitantes.

A empresa MERCATTO atende instituições sólidas e de credibilidade, tendo que passar pelo crivo altamente exigente de extensos processos de licitação para poder atendê-los.

Entre as contas que estão na carteira da empresa MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, estão instituições de peso como Sebrae-MT, Sesi-MT, Senar-MT, Acrimat e IMAC.

Além disso, a empresa MERCATTO possui clientes que estão em sua carteira praticamente desde que a empresa foi fundada e que são referência em suas áreas de atuação, como: Água Mineral Lebrinha e Buffet Leila Malouf, marcas que atendemos há mais de 15 anos e para as quais já desenvolvemos estratégias que se tornaram grandes cases e contribuíram para a diferenciação frente aos concorrentes e conquista de novos clientes.

Mesmo com a comprovação da robustez dos clientes atendidos, da capacidade de estabelecer relações sólidas e duradouras e com a descrição detalhada dos serviços prestados, a empresa MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA foi mal avaliada frente aos concorrentes, com a atribuição de nota menor do que a de licitantes com estrutura inferior.

Ao analisar detalhadamente as razões dessa avaliação negativa, observamos as notas em separado e as anotações dos jurados e percebemos algumas incoerências, como acontece no caso da empresa LUIZ G RODRIGUES JUNIOR (GENIUS PUBLICIDADES), em que consta uma observação que demonstra a fragilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas à disposição do CREA-MT.

A jurada menciona nos comentários a seguinte preocupação: “Senti falta de melhor explicação” e, ainda assim, a empresa recebe a nota máxima no quesito avaliado.

Em contrapartida, a empresa MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA expõe e detalha com muito mais clareza toda a estrutura que estará à disposição do cliente neste e em outros pontos da proposta e, mesmo assim, não recebe nota máxima.

Assim, diante do exposto, REQUER seja revista a Proposta Técnica apresentada pela empresa MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, uma vez que observou e cumpriu todas as determinações do Edital, afim de que seja MAJORADA a pontuação a ela atribuída.

B.2) DA DIFERENÇA SUPERIOR A 20% DA PONTUAÇÃO. AUSÊNCIA DE JUSTIFICATIVA TÉCNICA.

De acordo com os itens 7.4.1. e 7.4.2 do Edital, durante a avaliação técnica, sempre que houver divergência superior a 20% entre a pontuação atribuídas pelos membros da Subcomissão Técnica, será aberta discussão e o autor da nota destoante poderá reavaliar a sua pontuação ou, caso mantenha, deverá registrar suas justificativas por escrito em ata. Vejamos:

7.4 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, com até duas casas decimais.

7.4.1 Na hipótese da avaliação de um quesito ou subquesito originar uma diferença entre a maior e a menor pontuação, superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, será aberta a discussão entre todos os membros da Subcomissão Técnica para apresentação, por seus autores, das justificativas das pontuações destoantes. Caso a argumentação não seja suficiente ao convencimento dos demais membros da Subcomissão Técnica, o autor reavaliará a sua pontuação.

7.4.2 Caso os autores das pontuações destoantes não adotem novas pontuações, deverão registrar suas justificativas por escrito em ata, que por sua vez deverá ser assinada por todos os membros da Subcomissão Técnica, passando a compor, para todos os efeitos, o processo de licitação.

No mesmo sentido, o art. 6º, inciso VII, § 1º, da Lei nº12.232/2010, assim determina:

Art. 6º A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do [art. 40 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993](#), com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2º, e às seguintes:

VII - a subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;

§ 1º No caso do inciso VII deste artigo, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

Ocorre que ao nos depararmos com as notas atribuídas pelos membros da Subcomissão Técnica à empresa MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA nos quesitos, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Solução de Problemas de Comunicação e em Plano de Comunicação nos itens Raciocínio Básico, Estratégia de Mídia e Ideia Criativa, é possível verificar claramente que as notas atribuídas à MERCATTO pelo Membro 2 da comissão julgadora, estão sempre 20% abaixo da maior nota.

Portanto, fica evidente que a regra proposta pelo Edital para o julgamento não foi seguida pelos nobres membros da Subcomissão Técnica, haja vista que não há justificativa alguma para atribuição das notas baixas (20% abaixo da maior nota).

O descumprimento deste mandamento legal e editalício, em última análise, poderá ensejar a nulidade do certame, por vício de ilegalidade.

Abaixo segue a transcrição das notas, para comprovação do que está sendo alegado.

PONTUAÇÃO DO ENVELOPE 03						
1 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO						
-	Nota Membro 1	Nota Membro 2	Nota Membro 3	Média	SOMA	Maior Nota
GENIUS Publicidade	15	15	15	15,00	45	15
Montecristo Propaganda	12	13	14	13,00	39	14
Mercatto Comunicação Integrada	15	11	13,5	13,17	39,5	13
Agencia Tradicional e Digital EIRELI-ME	14	12,5	14	13,50	40,5	14
2 - REPERTÓRIO						
-	Nota Membro 1	Nota Membro 2	Nota Membro 3	Média	SOMA	Maior Nota
GENIUS Publicidade	10	10	10	10,00	30	10
Montecristo Propaganda	7	9	9	8,33	25	9
Mercatto Comunicação Integrada	10	8	8,5	8,83	26,5	10
Agencia Tradicional e Digital EIRELI-ME	6	8	7	7,00	21	8
3 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO						
-	Nota Membro 1	Nota Membro 2	Nota Membro 3	Média	SOMA	Maior Nota
GENIUS Publicidade	10	10	10	10,00	30	10
Montecristo Propaganda	10	8,5	9	9,17	27,5	10
Mercatto Comunicação Integrada	10	7	9	8,67	26	9
Agencia Tradicional e Digital EIRELI-ME	9	8	9	8,67	26	9

1-I - PLANO DE COMUNICAÇÃO - RACIOCÍNIO BÁSICO					PONTUAÇÃO DO ENVELOPE 01	
Coluna1	Nota Membro 1	Nota Membro 2	Nota Membro 3	Média	SOMA	Maior Nota
P.1 - STING - Não cc	10	6	10	8,67	26	9
P.2 - MERCATTO- S	10	5	9	8,00	24	9
P.3 - MONTE CRISTO	10	7	10	9,00	27	8,7
P.4 - GENIUS - Cont	9	10	8	9,00	27	8,7

1-II - PLANO DE COMUNICAÇÃO - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA						
Coluna1	Nota Membro 1	Nota Membro 2	Nota Membro 3	Média	SOMA	Maior Nota
Proposta 01	16	14,5	25	18,50	55,5	19
Proposta 02	20	15	25	20,00	60	18,1
Proposta 03	24	19,5	25	22,83	68,5	23,2
Proposta 04	20	25	24	23,00	69	23,2

1-III - PLANO DE COMUNICAÇÃO - IDEIA CRIATIVA						
Coluna1	Nota Membro 1	Nota Membro 2	Nota Membro 3	Média	SOMA	Maior Nota
Proposta 01	10	13,5	20	14,50	43,5	17
Proposta 02	15	13,5	17,5	15,33	46	17
Proposta 03	18	13,5	19,5	17,00	51	18
Proposta 04	18	20	19,5	19,17	57,5	18

1-IV - PLANO DE COMUNICAÇÃO - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA						
Coluna1	Nota Membro 1	Nota Membro 2	Nota Membro 3	Média	SOMA	Maior Nota
Proposta 01	5	6	10	7,00	21	8
Proposta 02	9	7	8	8,00	24	8,7
Proposta 03	7	7,5	10	8,17	24,5	8,9
Proposta 04	10	10	10	10,00	30	8,9

Assim, diante do exposto, REQUER seja revista a Proposta Técnica apresentada pela empresa MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, uma vez que observou e cumpriu todas as determinações do Edital, afim de que seja MAJORADA a pontuação a ela atribuída.

C) DO REPERTÓRIO

C.1) DA APRESENTAÇÃO DE PEÇAS EM DESACORDO COM AS EXIGÊNCIAS DO EDITAL POR PARTE DA EMPRESA MONTE CRISTO EIRELI (MONTE CRISTO STUDIO).

Ao dispor sobre a forma da apresentação do “Repertório”, o item 4.4 e seguintes do Edital determinam as regras segundo as quais as empresas licitantes devem observar e cumprir, sob pena de violação das regras editalícias.

O item 4.4.2.1 do Edital, é expresso e taxativo ao determinar que as empresas licitantes deveriam apresentar 10 peças publicitárias. Vejamos:

4.4.2.1 A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

Veja que o Edital é cristalino e não deixa qualquer margem para dúvidas. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

Frisa-se, cada licitante deverá apresentar 10 peças.

Ao compulsar os autos, causou espanto e estranhamento, perceber que a empresa MONTE CRISTO EIRELI (MONTE CRISTO STUDIO) apresentou 21 peças.

Sim. É isto mesmo! Apresentou 21 peças, quando o Edital determinou que fosse apresentado 10 peças.

E mais, pasmem, a empresa MONTE CRISTO STUDIO não recebeu qualquer tipo de punição ou consideração por parte da Subcomissão Técnica.

Apenas para ser didático, as peças apresentadas foram:

- Campanha Namorados Goiabeiras: Story / Voucher / Totem / Full banner / VT 15” / Spot 30” – ao todo 6 peças
- Revista Nature – 1 peça
- Campanha Sicília Residence: Vt 30” teaser / VT 30” Casa Decorada / Folder – 3 peças
- Auto Sueco – folder – 1 peça
- Marollo: jingle – 1 peça

- Salas Incorporadora – Vídeo Story / Landing Page – 2 peças
- Zoofértil: Vt 45” / VT 30” /Jingle – 3 peças
- Dac – Vídeo Story – 1 peça
- Campanha Pais Goiabeiras: Totem / Spot / VT 15” – 3 peças

Ora Senhor Presidente, nem precisa dizer que o Edital é soberano, que faz lei entre as partes, que é preciso observar o princípio da vinculação ao instrumento convocatório e todas as regras dispostas na legislação.

A empresa MONTE CRISTO EIRELI (MONTE CRISTO STUDIO) violou e feriu de morte o Edital, devendo ser sumariamente DESCLASSIFICADA.

O fato da licitante apresentar mais peças que o exigido, além de descumprir o Edital flagrantemente, faz com que ela tenha uma vantagem competitiva perante os membros da Subcomissão Técnica, mesmo que esta vantagem seja imperceptível em um primeiro momento, mas no subconsciente, ao atribuir pontuação,

Este fato pode induzir ao entendimento de que a empresa MONTE CRISTO STUDIO atende mais clientes ou que se destaca por apresentar mais peças, ferindo portando os princípios da igualdade, isonomia e da competitividade.

Assim, diante do exposto, REQUER seja sumariamente DESCLASSIFICADA a empresa MONTE CRISTO EIRELI (MONTE CRISTO STUDIO) por não observar as determinações e exigências do Edital, em especial por descumprir o item 4.4.2.1. do Edital, apresentando 21 peças, quando o Edital determinou que fosse apresentado 10 peças.

Em homenagem aos princípios da eventualidade e da concentração dos atos, na remota hipótese de Vossa Senhoria e dos membros da Subcomissão Técnica, entenderem de modo diverso – o que não se espera, REQUER desde já, seja revista a Proposta Técnica apresentada pela empresa MONTE CRISTO

EIRELI (MONTE CRISTO STUDIO), afim de que sejam REDUZIDAS as pontuações a ela atribuída.

D) DOS RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

D.1) DO DESCUMPRIMENTO DAS EXIGÊNCIAS DO EDITAL NA VALIDAÇÃO DAS INFORMAÇÕES.

De acordo com o item 4.5 e seguintes do Edital, as empresas deveriam apresentar, em caderno específico, RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO, observando as seguintes exigências:

4.5 Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

4.5.1 Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro n.º 2.

4.5.2 A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 04 (quatro) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias reais propostas pela licitante e

implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

- a)** Deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- b)** Deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- c)** Não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo CREA-MT, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;
- d)** Deverá estar formalmente referendado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

4.5.2.1 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio Relato, no qual constarão, além do referendo, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

4.5.2.2 Os Relatos de que trata o subitem **4.5.2** devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2016.

4.5.2.3 É permitida a inclusão de até 03 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

- a)** As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem **4.5** ou ser apresentadas soltas;
- b)** As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem **4.5**, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

c) Para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

4.5.2.3.1 A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem **4.5.2.3** deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem **4.5.2** para descrição do Relato.

Dadas as regras do Edital descritas acima, as quais vinculam tanto o CREA/MT como as empresas licitantes, é possível verificar que a empresa MONTE CRISTO EIRELI (MONTE CRISTO STUDIO) não cumpriu o que é solicitado no item: 4.5.2, subitem b) que afirma que o relato deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração.

Também é possível verificar, sem muito esforço, que mesma empresa (MONTE CRISTO STUDIO), apresentou apenas 01 peça para cada *case*, sendo que o Edital solicita até 03 peças.

Dessa forma, a nota da empresa MONTE CRISTO STUDIO deverá ser proporcional ao número de peças por ela apresentada, conforme consta no item abaixo tirado do próprio edital:

7.4.3 Caso a licitante não observe as quantidades máximas estabelecidas nos subitens **4.4.2.1** e/ou **4.5.2** (*Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação*), a sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo tal proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas neste Edital.

Assim, diante do exposto, REQUER seja DESCLASSIFICADA a empresa MONTE CRISTO EIRELI (MONTE CRISTO STUDIO) por não observar as determinações e exigências do Edital ou, na remota hipótese de Vossa Senhoria e dos membros da Subcomissão Técnica, entenderem de modo diverso – o que não se espera, REQUER desde já, seja revista a Proposta Técnica apresentada pela empresa MONTE CRISTO EIRELI (MONTE CRISTO STUDIO), afim de que seja REDUZIDA a pontuação a ela atribuída.

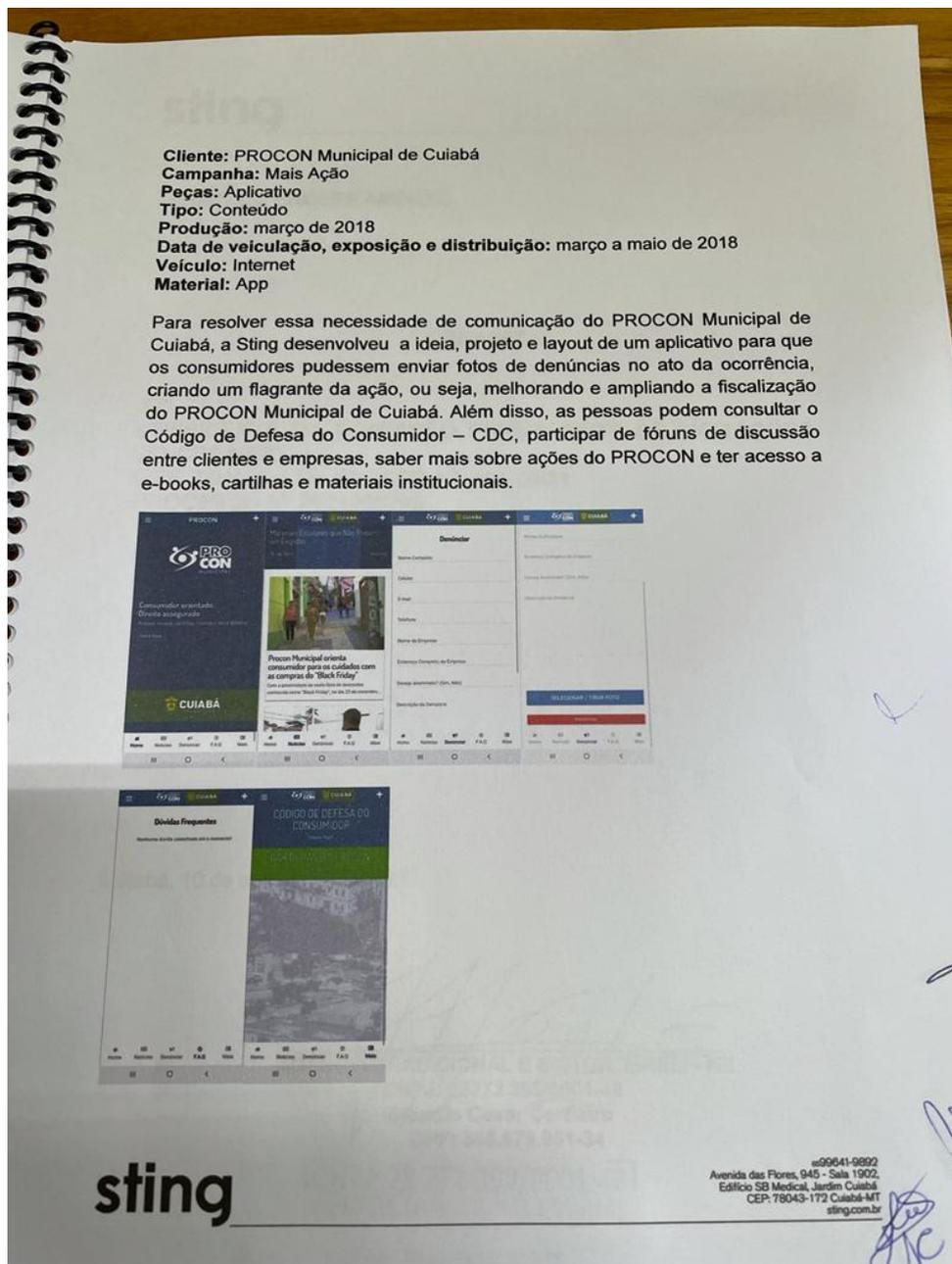
Ainda acerca deste quesito (Repertório), a empresa AGENCIA TRADICIONAL E DIGITAL EIRELI (STING) também violou e descumpriu o item 4.5.2, subitem “b”, onde exige que o Relato contemple nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração.

Se não fosse o bastante, a empresa STING também violou e descumpriu os subitens “a”, não elaborando os relatos em papel que a identificasse, no caso, papel timbrado da empresa; apresentou em um dos relatos uma peça que não preservou sua capacidade de leitura, tornando impossível para os membros da Subcomissão Técnica avaliar com precisão a proposta.

A empresa STING também violou e descumpriu o subitem “b”, onde afirma que “as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 4.5, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais”.

Em suma, novamente estamos diante de uma disparidade de notas e critérios, uma vez que a empresa AGENCIA TRADICIONAL E DIGITAL EIRELI (STING) praticou várias irregularidades em sua proposta técnica, que não foram contabilizados ou levados em consideração na atribuição de nota.

Segue abaixo foto com o exemplo do erro praticado pela empresa STING, apenas para ficar claro que mal se consegue ler as informações na peça apresentada:



Assim, diante do exposto, REQUER seja DESCLASSIFICADA a empresa AGENCIA TRADICIONAL E DIGITAL EIRELI (STING) por não observar

as determinações e exigências do Edital ou, na remota hipótese de Vossa Senhoria e dos membros da Subcomissão Técnica, entenderem de modo diverso – o que não se espera, REQUER desde já, seja revista a Proposta Técnica apresentada pela empresa AGENCIA TRADICIONAL E DIGITAL EIRELI (STING), afim de que seja REDUZIDA a pontuação a ela atribuída.

E) DA ESTRATÉGIA DE MÍDIA

E.1) DO DESCUMPRIMENTO DAS EXIGÊNCIAS DO EDITAL NO QUE DIZ RESPEITO AO NÚMERO MÍNIMO DE VEICULAÇÃO E PRAÇAS A SEREM CONTEMPLADAS NA ESTRATÉGIA.

Ao avaliar a proposta apresentadas pelas licitantes, fica claro que as empresas MONTE CRISTO EIRELI (MONTE CRISTO STUDIO), AGENCIA TRADICIONAL E DIGITAL EIRELI (STING) e LUIZ G RODRIGUES JUNIOR (GENIUS PUBLICIDADES), não contemplaram em sua estratégia todas as praças solicitadas.

Conforme demonstrado nos *prints* abaixo, retirados do briefing, segue a indicação de quais as praças deveriam ser contempladas na estratégia de mídia.

PRAÇAS

Todo o Estado de Mato Grosso, priorizando os municípios e regiões onde há inspetorias e regionais do Conselho.

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.

INFRAESTRUTURA

Na sede do Crea-MT, localizada na Av. Hist. Rubens de Mendonça, bairro Áreas, em Cuiabá, se encontram a Presidência, Superintendência, Assessorias, Departamento de Assessorias Técnicas, de Planejamento e Controle, de Tecnologia da Informação, Jurídico, de Contabilidade e Pessoal, e de Suprimentos e Serviços, departamento de fiscalização e de relações institucionais além de Ouvidoria. São 24 inspetorias, localizadas nas cidades de Água Boa, Alta Floresta, Barra do Garças, Cáceres, Campo Novo do Parecis, Campo Verde, Canarana, Diamantino, Guarantã do Norte, Jaciara, Juara, Juina, Lucas do Rio Verde, Mirassol D'Oeste, Nova Mutum, Pontes e Lacerda, Primavera do Leste, Rondonópolis, Sapezal, Sinop, Sorriso, Tangará da Serra, Várzea Grande e Villa Rica. Cada unidade equipada e pronta para atender e dar o suporte necessário aos profissionais do sistema, as quais, combinadas de forma produtiva e eficaz, asseguram o pleno exercício profissional e garantem à comunidade a execução das orbas dentro dos trâmites legais, com qualidade e economia. O corpo funcional é formado por mais de 200 pessoas que atendem em todo o Estado, buscando excelência continuamente.

As empresas STING e GENIUS PUBLICIDADES, além de não terem contemplado todas as praças citadas, também não cumpriram a solicitação de contemplar 40 inserções no período da campanha o que representa falha grave, uma vez que isso impacta, diretamente, nos resultados da campanha e demonstra falha ao realizar a gestão da verba, pois não apenas a frequência da mensagem fica prejudicada, como vários municípios ficam de fora da estratégia.

E.1.1) DA ESTRATÉGIA DE MÍDIA DA EMPRESA MONTE CRISTO EIRELI (MONTE CRISTO STUDIO).

No briefing foi solicitado que a mensagem fosse veiculada nas praças que possuem inspetorias do CREA-MT, totalizando 25 municípios incluindo a capital do Estado.

Porém, a licitante MONTE CRISTO STUDIO não contemplou em sua estratégia todos os municípios indicados.

Além disso, utilizou um valor de inserção de R\$ 100,00 (cem reais) para o veículo Rádio Gazeta FM Cuiabá, porém esse valor de inserção é incompatível com o valor de tabela, sendo o valor correto, de tabela cheia para inserção de 30", R\$ 492,00 (quatrocentos e noventa e dois reais) conforme demonstra o *print* abaixo.

		Munic.					
RÁDIO	RÁDIO GAZETA FM CUIABÁ	Cuiabá – Várzea Grande – Alta Floresta – Barra do Garças – Poxoróu – Tangará da Serra – Primavera do Leste – Rondonópolis – Campo Verde – Jaciara – Juscineira – Alto Garças – Dom Aquino – Quitatunga – Itiquira – Ouro Branco do Sul – Pedra Preta – Santa Elvira – São Pedro da Cipa – São José do Povo – Tesouro – Sonora – Águas Quentes – Alto Collé – Jarudore – Michelin – Serra de São Vicente – Irendópolis – Paranaíba – Santo Antônio do Leste – Aparecida – Paraíso do Leste – Paranaíta – Nova Canaã – Carlinda – Colider – Guaranã – Monte Verde – Santa Helena – Nova Guatã – Colorado do Norte – Araguaiano – General Carneiro – Portal do Araguaia – Ponte Branca – Riboirãozinho – Torixoró – Aranhópolis – Araguaçu – Aranhópolis – Baliza – Bom Jardim de Goiás – Colapólio – Dorsama – Dovelândia – Iporã – Ieraelândia – Jussara – Jussara – Montes Claros do Goiás – Palestina de Goiás – Piranhas – Sapezal – Barra do Bugres – Denize – Jangada – Aranhópolis – Noinhândia – Nova Marilândia – Nova Olímpia – Santo Afonso – Diamantino – Alto Paraíso – Porto Estreito – Costa Rica – Alto Garças – Alcibópolia.	40			4.000,00	VEICULAÇÃO FAIXA H
	RÁDIO GAZETA FM ALTA FLORESTA		40			1.200,00	
	RÁDIO GAZETA FM BARRA DO GARÇAS		40			1.200,00	
	RÁDIO GAZETA FM POXORÓU		40			1.200,00	
	RÁDIO GAZETA FM TANGARÁ DA SERRA		40			1.200,00	
	RÁDIO GAZETA FM ALTO TAQUARI		40	DE 2 A 20 DE SETEMBRO DE 2021		1.200,00	
	RÁDIO DIFUSORA FM 102,3 CÁCERES	Cáceres, Missol D' Oeste, Horizonte D' Oeste, Sadiá, Glória D' Oeste, São José dos Quatro Marcos, Apulungá, Curvelândia, Rio Branco, Via Aparecida, Caramujo, Porto Esperidião, Lamban D' Oeste, Barra dos Bugres, Figueirópolis, Pontes e Lacerda, Vila Bela da Santíssima Trindade, Reserva do Cabagat.	40			1.200,00	
	RÁDIO DIFUSORA FM 97,3 CÁCERES		40			1.200,00	
	RÁDIO MERIDIONAL FM SINOP	Sinop – Sorriso – Tapurah – Lucas do Rio Verde – Ipiranga Do Norte – Nova Santa Helena- Americana do Norte – Terra Nova do Norte – Colider – Itaúba – Mercalândia – Cláudia – União do Sul – Santa Carmem – Vera Fels Natal – Nova Canaã do Norte – Nova Guatã – Itanhanga – Nova Ubiratã – São José do Rio Claro – Nova Maringá – Santa Rita do Trivelato – Diamantino – Lucas do Rio Verde	40			1.900,00	
	RÁDIO MERIDIONAL FM NOVA MUTUM		40			1.000,00	

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.



Trata-se de um erro grave, pois além de a campanha não atingir todos os municípios de interesse, o que é uma deficiência na estratégia e prejuízo para o CREA-MT, caso a agência viesse a considerar o mesmo número de inserções no valor correto da inserção, a verba disponível seria extrapolada, ou seja, não seria suficiente para realizar a ação programada.

E.1.2) DA ESTRATÉGIA DE MÍDIA DA EMPRESA LUIZ G RODRIGUES JUNIOR (GENIUS PUBLICIDADES).

A empresa GENIUS PUBLICIDADES também descumpriu a exigência do Edital de que a veiculação da campanha contemple as praças que possuem inspetorias do CREA-MT e, além disso, também não cumpriu em sua distribuição o número de 40 (quarenta) inserções no período da campanha, conforme comprovamos abaixo.

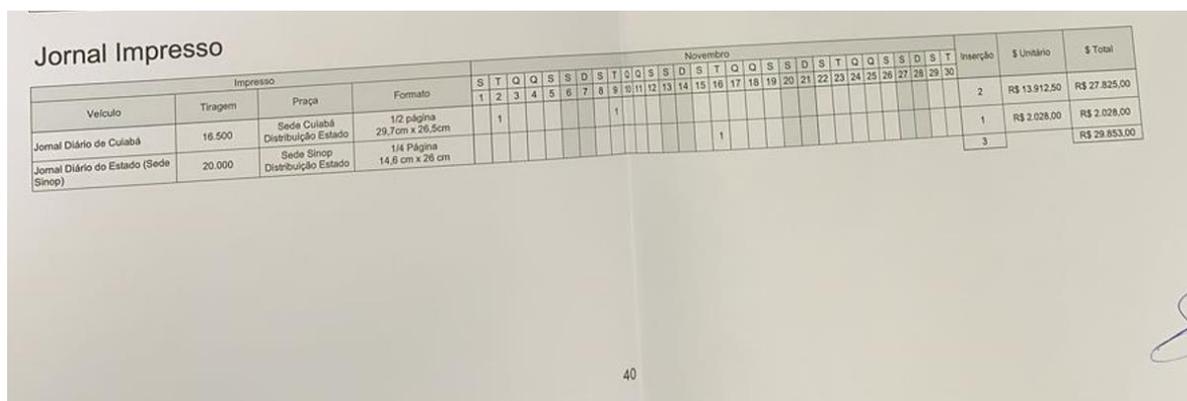
GENIUS						
Resumo Investimento de Mídia Por Veículo						
Período de Veiculação: 01/11 A 30/11						
Melo	Veículo	Praça	Formato	Total Inserções	Total	Participação %
TV	TV Centro América - Globo	Cuiabá	Filme 1 - 30" Filme 2 - 30"	10	R\$ 31.089,00	20,9%
TV	TV Centro América - Globo	Rondonópolis	Filme 1 - 30" Filme 2 - 30"	10	R\$ 8.108,00	5,4%
TV	TV Centro América - Globo	Sinop	Filme 1 - 30" Filme 2 - 30"	10	R\$ 5.941,00	4,0%
TV	TV Centro América - Globo	Tangará	Filme 1 - 30" Filme 2 - 30"	10	R\$ 3.450,00	2,3%
Total TV				40	R\$ 48.588,00	32,6%
Melo	Veículo	Praça	Formato	Total Inserções	Total	Participação %
Rádio	Rádio Gazeta 99,9 Fm	Cuiabá / Várzea Grande	Spot 1 - 30" Spot 2 - 30"	40	R\$ 19.680,00	13,2%
	Rádio Vila real 98,9 Fm			12	R\$ 5.364,00	3,6%
	Rádio Centro América 99,1 Fm			15	R\$ 2.563,35	1,7%
Rádio	Rádio Click 105 Fm	Rondonópolis	Spot 1 - 30" Spot 2 - 30"	13	R\$ 1.703,00	1,1%
	Rádio Meridional 98,9 Fm	Sinop	Spot 1 - 30" Spot 2 - 30"	13	R\$ 538,59	0,4%
	Rádio Gazeta Fm	Tangará da Serra	Spot 1 - 30" Spot 2 - 30"	13	R\$ 1.196,00	0,8%
	Rádio Difusora Fm	Cáceres	Spot 1 - 30" Spot 2 - 30"	13	R\$ 926,25	0,6%
	Rádio Sorriso 99,1 Fm	Sorriso	Spot 1 - 30" Spot 2 - 30"	12	R\$ 1.389,00	0,9%
	Rádio Regional 103,5 Fm	Lucas do Rio Verde	Spot 1 - 30" Spot 2 - 30"	12	R\$ 456,00	0,3%
	Rádio Aruanã 102,1 Fm	Barra do Garças	Spot 1 - 30" Spot 2 - 30"	12	R\$ 931,20	0,6%
	Rádio Gazeta 95,5 Fm	Alta Floresta	Spot 1 - 30" Spot 2 - 30"	15	R\$ 1.380,00	0,9%
	Rádio Band 95,9 Fm	Juina	Spot 1 - 30" Spot 2 - 30"	12	R\$ 420,00	0,3%
	Rádio Unifama 97,9 Fm	Guarantã do Norte	Spot 1 - 30" Spot 2 - 30"	12	R\$ 744,00	0,5%
	Rádio Interativa 99,7 Fm	Água Boa	Spot 1 - 30" Spot 2 - 30"	12	R\$ 252,00	0,2%
	Rádio Conti 88,5 Fm	Vila Rica	Spot 1 - 30" Spot 2 - 30"	12	R\$ 450,00	0,3%
	Total Rádio				206	R\$ 37.993,39

Assim como a empresa MONTE CRISTO STUDIO, a empresa GENIUS PUBLICIDADES cometeu erros graves e, mesmo assim, recebeu uma pontuação extremamente alta por parte da Subcomissão Técnica que não percebeu ou não considerou as implicações dessa irregularidade para o CREA-MT.

Ao não contemplar todos os municípios na “Estratégia de Mídia”, a empresa GENIUS PUBLICIDADES prejudica o alcance da campanha fazendo com que uma parte importante do público não tenha acesso à mensagem, o que seria um grande desperdício de tempo, esforço e recursos.

É preciso considerar também que, caso a empresa GENIUS PUBLICIDADES tivesse contemplado o número de inserções exigidas, seguindo a ótica adotada, ainda assim cometeria uma falha grave pois iria extrapolar o valor da verba disponível.

Ainda na "Estratégia de Mídia" identificamos outra violação grave da empresa GENIUS PUBLICIDADES que utilizou o veículo “Diário de Cuiabá” com distribuição de 2 inserções de ½ página no valor de R\$ 6.956,25 cada uma, totalizando R\$ 13.912,50 conforme mostra o *print* abaixo.



Jornal Impresso				Novembro																												Inserção	R\$ Unitário	R\$ Total					
Veículo	Tiragem	Praça	Formato	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D				S	T			
Jornal Diário de Cuiabá	16.500	Sede Cuiabá Distribuição Estado	1/2 página 29,7cm x 26,5cm	1																																	2	R\$ 13.912,50	R\$ 27.825,00
Jornal Diário do Estado (Sede Sinop)	20.000	Sede Sinop Distribuição Estado	1/4 Página 14,8 cm x 28 cm																																		1	R\$ 2.028,00	R\$ 2.028,00
																																				3		R\$ 29.853,00	

Na tabela de preço do veículo, nenhum dos valores de centímetro coluna (um anúncio de ½ página neste jornal equivale a 56,2 cm coluna) corresponde ao valor utilizado pela empresa GENIUS PUBLICIDADES, ou seja, a licitante utilizou valores incompatíveis com da tabela cheia do veículo, o que

inviabiliza a execução do plano de mídia e extrapola a verba exigida no Edital caso os valores corretos fossem aplicados.

E.1.3) DA ESTRATÉGIA DE MÍDIA DA EMPRESA AGENCIA TRADICIONAL E DIGITAL EIRELI (STING).

O briefing solicitava uma campanha a nível estadual, porém a empresa STING utilizou em sua estratégia de mídia apenas uma única rádio, a “Gazeta FM de Cuiabá” que não atinge a todos os municípios.

Além disso, não cumpriu a solicitação do briefing que orientava fazer 40 (quarenta) inserções no período de 4 semanas.

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.

Isso é motivo de desclassificação, pois além de não atender o briefing, os valores do plano de mídia se tornam incompatíveis com a realidade e com a necessidade do projeto.

Além disso, a empresa STING utilizou um valor de inserção de R\$ 66,00 (sessenta e seis reais) para o veículo “Rádio Band FM Cuiabá”, porém esse valor de inserção se refere a spot de 15” e não de 30”, formato exigido no edital, conforme demonstração do plano abaixo.

PROGRAMA	PERÍODO	HOR.	PEÇA	B.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	QTDE	VALOR UNIT. (R\$)	SUBTOTAL (R\$)
SPOT INDETERMINADO (30") LICITAÇÃO VEICULAR DOIS SPOTS EM RODÍZIO			3680	1			1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		13	66,00	859,00	
INSERÇÕES POR DIA					1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	13		

Condição de Pagamento: 15DFM	Enviar fatura: À AGENCIA	TOTAL DA MÍDIA (R\$):	R\$ 856,00
Vencimento:	Faturar: DIRETO CLIENTE	VALOR NEGOCIADO (R\$):	R\$ 856,00
Observações:	Type Faturamento: LIQUIDO	DESC. PADRÃO DE AGENCIA (%):	0,0000%
		DESC. PADRÃO DE AGENCIA (R\$):	R\$ 0,00
		VALOR FATURADO (R\$):	R\$ 856,00

O valor correto de tabela cheia para inserção de 30" inserção é de R\$ 82,50 (oitenta e dois reais e cinquenta centavos) conforme *print* abaixo.



Comercial

Entrega Comercial	15''	30''	45''	60''
Rotativo 00h - 24h	R\$66,00	R\$82,50	R\$123,20	R\$156,75
Rotativo 6h - 19h	R\$79,00	R\$99,00	R\$137,50	R\$188,10
Determinado	R\$141,90	R\$178,20	R\$267,30	R\$337,70
Flash ao vivo	-	-	-	R\$437,80
Testemunhal Ao Vivo Determinado	-	-	-	R\$356,00
Testemunhal Ao Vivo Indeterminado	-	-	-	R\$264,00
Testemunhal Gravado Determinado	-	-	-	R\$220,00
Testemunhal Gravado Indeterminado	-	-	-	R\$198,00

PATROCÍNIOS DOS PROGRAMAS

Programas	Dia/Horários	Cit. 5''	Spot 30	Valores
Band Coruja	Seg a Dom - 23h às 3h	52	110	R\$ 9.075,00

Além de ter utilizado valor errado, também não cumpriu a exigência do briefing de veicular 40 inserções durante o período de campanha.

Uma vez mais, uma empresa comete uma série de erros que prejudicam gravemente a estratégia e o cliente e ainda assim, teve pontual expressiva.

A mesma irregularidade relatada acima, também ocorreu com o veículo “Rádio Gazeta FM”, ou seja, o valor praticado na estratégia de mídia da empresa STING não confere com o valor de tabela cheia do veículo e, mais uma vez, a empresa STING não contemplou na estratégia o mínimo de 40 (quarenta) inserções exigidas no briefing.

PEDIDO DE INSERÇÃO

P.I.: 3226

Cliete: CREA - MT
 Razão Social: CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DE MATOGROSSO
 E-mail:
 Endereço: Avenida Heitorlandor Rubens de Mendonça, 491 - Araés
 Cidade: Cuiabá UF: MT CEP: 78008-000
 Tel.: (65) 3315-3000 CNPJ: 03.471.158/0001-38
 Insc. Estadual:
 Insc. Municipal:

Veículo: RADIO GAZETA FM
 Razão Social: RADIO REAL FM LTDA
 E-mail: roberto@gazetadigital.com.br
 Endereço: RUA PROF TEREZA LOBO S/N , SN - CONSIL
 Cidade: Cuiabá UF: MT CEP: 78005-000
 Tel.: (65) 3612-6000 CNPJ: 14.911.861/0001-36
 Insc. Estadual:
 Insc. Municipal:

Projeto: 1593 - Licitação
 Mes/Ano: Outubro/2021
 Inicio/Término: 01/10/2021 até 29/10/2021
 Data de emissão: 10/09/2021
 Praça: CUIABA

Código	Para
3680	SPOT 30"

PROGRAMA	PERÍODO	HOR.	PEÇA	B.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	QTDE	VALOR UNIT. (R\$)	SUBTOTAL (R\$)
SPOT INDETERMINADO (30") LICITAÇÃO VEICULAR DOS SPOTS EM RODÍZIO			3680	1				1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		13	84,00	1.092,00		
INSERÇÕES POR DIA					1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	13				

Condição de Pagamento:
150 DIAS
 Vencimento:
 Observações:

Enviar fatura:
À AGÊNCIA
 Faturar:
DIRETO
CLIENTE
 Tipo
Faturamento:
LÍQUIDO

TOTAL DA MÍDIA (R\$): R\$ 1.092,00
 VALOR NEGOCIADO (R\$): R\$ 1.092,00
 DESC. PADRÃO DE AGÊNCIA (%): 0,0000%
 DESC. PADRÃO DE AGÊNCIA (R\$): R\$ 0,00
 VALOR FATURADO (R\$): R\$ 1.092,00

f

 22

e *h*

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.



Outro vício que precisa ser considerado para fins de julgamento, é que a empresa STING também utilizou em sua estratégia o veículo “Jornal A Gazeta de Cuiabá” com distribuição de 2 inserções de ½ página sendo R\$ 14.890,50 cada inserção.

Na tabela de preço do veículo, nenhum dos valores de centímetro coluna (um anúncio de ½ página neste jornal equivale a 54,7 cm coluna) corresponde ao valor utilizado pela licitante, ou seja, mais uma vez a mesma utilizou valores incompatíveis com da tabela cheia do veículo, o que inviabiliza totalmente a execução do plano de mídia e extrapola a verba exigida no edital caso os valores corretos fossem aplicados.

Cliente: CREA - MT
Razão Social: CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DE MATO ROSSO
E-mail:
Endereço: Avenida Historiador Rubens de Mendonça, 491 - Arafés
Cidade: Cuiabá UF: MT CEP: 78009-000
Tel.: (65) 33 15-3000 CNPJ: 03.471.158/0001-38
Insc. Estadual:
Insc. Municipal:

Veículo: JORNAL A GAZETA
Razão Social: JORNAL A GAZETA LTDA
E-mail: abadia@gazetadigital.com.br
Endereço: Rua Professora Tereza Lobo, 30 - Despraiado
Cidade: Cuiabá UF: MT CEP: 78049-700
Tel.: (65) 3612-6167 CNPJ: 06.167.347/0001-00
Insc. Estadual: 13.256.948-5
Insc. Municipal:

PEDIDO DE INSERÇÃO P.I.: 3233

Projeto: 1593 - Licitação
Mês/Ano: Outubro/2021
Início/Término: 01/10/2021 até 11/10/2021
Data de emissão: 10/09/2021
Prça.: CUIABA

PROGRAMAÇÃO	PEÇA	CM	COL	B.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	QTDE	VALOR MEDIO (R\$)	SUBTOTAL (R\$)		
INDETERMINADO, IND, CO LICITAÇÃO PUBLICADOS ANÚNCIOS	3686	0,00	0	1											1																						2	14.839,50	29.679,00	
INSERÇÕES POR DIA					1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2		

Condição de Pagamento: 15DPM
Vencimento:
Observações:

Enviar fatura: A AGENCIA
Fatura: DIRETO
CLIENTE
Tipo Faturamento: LIQUIDO

TOTAL DA MÍDIA (R\$): R\$ 29.679,00
VALOR NEGOCIADO (R\$): R\$ 29.679,00
DESC. PADRÃO DE AGENCIA (%): 20,0000%
DESC. PADRÃO DE AGENCIA (R\$): R\$ 5.935,80
VALOR FATURADO (R\$): R\$ 23.743,20

16

TABELA DE PREÇOS EM VIGOR A PARTIR DE JANEIRO 2021

* DESCONTOS PROGRESSIVOS Preços por cm/col.em REAL

	DIAS ÚTEIS	DOMINGO
1ª Página	6.014,00	8.080,00
3ª Página	3.381,00	4.408,00
Página Determinada	927,00	1.217,00
Página Indeterminada	734,00	971,00
1º e 2º Caderno	853,00	1.095,00
Caderno Determinado	763,00	871,00

Indeterminado / Classificado	INDETERMINADO DIAS ÚTEIS E DOMINGO	
Publicidades Legais	529,00	705,00
Matérias Comerciais	470,00	624,00
Aniversário de sua cidade	442,00	588,00
Colunáveis	442,00	588,00

Suplemento TV	*FP.: Sexta-Feira/Circulação: Domingo	301,00
AUTOS & MÁQUINAS	*FP.: Quinta-Feira/Circulação: Sexta-Feira	301,00
TERRA & CRIAÇÃO	*FP.: Sexta-Feira/Circulação: Segunda-Feira	301,00

CÓD.	ESPECIFICAÇÃO
010	Classifássil 5 linhas: balc
	Complementação
020	Editais, Atas, Comunicaçã
010	Oração
	Oração
	Oração
010	Abandono de Emprego
	por nome a crescer
010	Edital de Proclamas
030	Missa 1ª página
	Missa determinada
	Missa Indeterminada

Senhor Presidente, os erros e irregularidades são inúmeros e o impacto na estratégia, no uso racional da verba e nos resultados da campanha são profundos.

E o que é mais grave, com tantos vícios flagrantes, as empresas mencionadas tiveram pontuação expressiva, superiores à pontuação atribuída à empresa MERCATTO que não cometeu nenhuma dessas falhas, e ainda que conseguiu propor uma estratégia assertiva, completa e integrada, capaz de atender aos objetivos do briefing e de proporcionar o melhor custo-benefício para o CREA-MT.

Portanto, diante de todo o exposto, REQUER sejam DESCLASSIFICADAS as empresas MONTE CRISTO EIRELI (MONTE CRISTO STUDIO), AGENCIA TRADICIONAL E DIGITAL EIRELI (STING) e LUIZ G RODRIGUES JUNIOR (GENIUS PUBLICIDADES) por não observarem as determinações e exigências do Edital.

Em homenagem aos princípios da eventualidade e da concentração dos atos, na remota hipótese de Vossa Senhoria e dos membros da Subcomissão Técnica, entenderem de modo diverso – o que não se espera, REQUER desde já, sejam revistas as Propostas Técnicas apresentadas pelas empresas MONTE CRISTO EIRELI (MONTE CRISTO STUDIO), AGENCIA TRADICIONAL E DIGITAL EIRELI (STING) e LUIZ G RODRIGUES JUNIOR (GENIUS PUBLICIDADES), afim de que sejam REDUZIDAS as pontuações a elas atribuídas.

Noutra ponta, também pelo exposto, REQUER seja revista a Proposta Técnica apresentada pela empresa MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, uma vez que observou e cumpriu todas as determinações do Edital e anexos, afim de que seja MAJORADA a pontuação a ela atribuída.

F) DO NECESSÁRIO CUMPRIMENTO DAS REGRAS DO CERTAME. PRINCÍPIO DA VÍNCULAÇÃO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO. ARTIGOS 3º E 41, DA LEI Nº 8.666/93.

Conforme pontuado acima, as regras do certame devem ser observadas e cumpridas por todos os licitantes, sendo que àquela empresa concorrente que descumprir tais regras devem ser afastadas da licitação, sob

pena de violação dos princípios da VINCULAÇÃO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO e da ISONOMIA, expressamente previsto, nos artigos 3º e 41, da Lei nº 8.666/93.

Nesta esteira, o instrumento convocatório é a lei interna da licitação e, como tal, vincula aos seus termos, tanto os proponentes (Licitantes), como a própria Administração Pública (no caso o CREA-MT) que o expediu. É norma cogente, imperativa, de cumprimento obrigatório.

A Lei nº 8.666/1993, em seu art. 3º, traz consigo os princípios basilares que deverão ser observados, durante a realização dos certames licitatórios. Vejamos:

Art. 3º **A licitação** destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e **será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da** legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da **vinculação ao instrumento convocatório**, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos. (*grifamos*)

O art. 41, da mesma Lei nº 8.666/1993, é taxativo e consagra expressamente o PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO ao prever a vinculação da Administração às normas do Edital. Vejamos:

Art. 41. **A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada.** (*grifamos*)

Descumprir esta regra do Edital, é violar o art. 41, da Lei nº 8.666/93, pois a Administração estaria descumprindo as regras e condições do seu próprio Edital, ao qual se acha estritamente vinculado.

Sobre o tema, em sua obra, “Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos”, o doutrinador MARÇAL JUSTEM FILHO, traz jurisprudência do STJ que relata com propriedade o princípio da vinculação ao instrumento convocatório. Vejamos:

Consoante dispõe o art. 41 da Lei nº 8.666/93, **a administração encontra-se estritamente vinculada ao edital de licitação, não podendo descumprir as normas e condições dele constantes. É o instrumento convocatório que dá validade aos atos administrativos praticados no curso da licitação, de modo que o descumprimento às suas regras deverá ser reprimido. Não pode a Administração ignorar tais regras, nem mesmo sob o argumento de que seriam viciadas ou inadequadas.** (grifamos)

No mesmo sentido, cabe transcrever a lição do saudoso Mestre HELY LOPES MEIRELLES acerca do tema, segundo o qual:

"A vinculação ao edital é princípio básico de toda licitação. Nem se compreenderia que a Administração fixasse no edital a forma e o modo de participação dos licitantes e no decorrer do procedimento ou na realização do julgamento se afastasse do estabelecido, ou admitisse documentação e propostas em desacordo com o solicitado. O edital é a lei interna da licitação, e, como tal, vincula aos seus termos tanto os licitantes como a Administração que o expediu. É impositivo para ambas as partes e para todos os interessados na licitação" ("in"

"Direito Administrativo Brasileiro", Malheiros Editores, São Paulo, 29ª ed., 2004, p. 268). (grifamos)

A catedrática MARIA SYLVIA ZANELLA DI PIETRO, trilhando no mesmo caminho, assim nos ensina sobre o tema. Vejamos:

“Quando a Administração estabelece, no edital, ou na carta-convite, as condições para participar da licitação e as cláusulas essenciais do futuro contrato, os interessados apresentarão suas propostas com base nesses elementos; **ora se for aceito documentos de habilitação, proposta ou celebrado contrato com desrespeito às condições previamente estabelecidas, burlados estarão os princípios da licitação, em especial o da vinculação ao instrumento convocatório e o da igualdade entre os licitantes, pois aquele que se prendeu aos termos do edital poderá ser prejudicado pela melhor proposta apresentada por outro licitante que os desrespeitou.** Também estariam descumpridos os princípios da publicidade, da livre competição e do julgamento objetivo com base em critérios fixados no edital.” (grifamos)

A jurisprudência pacífica dos Tribunais, inclusive do Superior Tribunal de Justiça – STJ, também se posicionam no mesmo sentido:

“A Administração Pública não pode descumprir as normas legais, tampouco as condições editalícias, tendo em vista o princípio da vinculação ao instrumento convocatório (Lei 8.666/93, art.41) REsp nº 797.179/MT, 1ª T., rel. Min.Denise Arruda, j. em 19.10.2006, DJ de 07.11.2006)”
“**Consoante dispõe o art. 41 da Lei 8.666/93, a Administração encontra-se estritamente vinculada ao edital de licitação, não podendo descumprir as normas**

e condições dele constantes. É o instrumento convocatório que dá validade aos atos administrativos praticados no curso da licitação, de modo que o descumprimento às suas regras deverá ser reprimido. Não pode a Administração ignorar tais regras sob o argumento de que seriam viciadas ou inadequadas. **Caso assim entenda, deverá refazer o edital, com o reinício do procedimento licitatório, jamais ignorá-las.** (MS nº 13.005/DF, 1ª S., rel. Min. Denise Arruda, j.em 10.10.2007, DJe de 17.11.2008).” (grifamos).

“O princípio da vinculação ao edital restringe o próprio ato administrativo às regras editalícias, **impondo a inabilitação da empresa que descumpriu as exigências estabelecidas no ato convocatório.**” (REsp 595079/RS, Rel. Min. Herman Benjamin, 2ª Turma, STJ, DOU 15/12/2009) (grifamos)

O Tribunal de Contas da União – TCU in “*Licitações e Contratos, Orientações e Jurisprudência do TCU*”, 4. ed. rev., atual. e ampl., 2010, assim dispõe acerca do princípio da vinculação ao instrumento convocatório. Vejamos:

O princípio da vinculação ao instrumento convocatório obriga a Administração e o licitante a observarem as normas e condições estabelecidas no ato convocatório. Nada poderá ser criado, feito ou exigido sem que haja previsão no instrumento de convocação. De igual modo, a Administração não poderá deixar de exigir ou cumprir o que o Edital prevê. (grifamos)

Em seus julgamentos, o TCU, por reiteradas vezes, consolidou o seu entendimento sobre tema. Vejamos:

Zelee para que não sejam adotados procedimentos que contrariem, direta ou indiretamente, **o princípio básico da vinculação ao instrumento convocatório**, de acordo com os arts. 3º e 41 da Lei nº 8.666/1993.

Acórdão 2387/2007 Plenário (*grifamos*)

Observe o princípio da vinculação ao instrumento convocatório, de acordo com as disposições exaradas especialmente no art. 3º da Lei 8.666/1993.

Acórdão 330/2010 Segunda Câmara (*grifamos*)

Observe Senhor Pregoeiro, que à luz da doutrina unânime e da jurisprudência mansa e pacífica, inclusive do próprio Tribunal de Contas da União – TCU, revela-se ilegal e indevida qualquer atuação, decisão ou julgamento, em descompasso com as regras que foram previamente estabelecidas em Edital.

Noutra ponta, cumprir e fazer cumprir o Edital é a garantia dos licitantes de que a atuação administrativa desta Comissão Permanente de Licitações seja isenta, imparcial, previsível, moral, proba e eficazmente controlada, além de revestir o certame, com o manto da LEGALIDADE e da SEGURANÇA JURÍDICA.

IV – DOS REQUERIMENTOS

POR TODO EXPOSTO, diante dos fortes e relevantes FUNDAMENTOS TÉCNICOS e JURÍDICOS dispostos nesta peça recursal, e no que mais vier a ser suprido pelo vasto saber dos membros desta Comissão Permanente de Licitação e dos membros da Subcomissão Técnica, a fim de que não se consolide uma decisão equivocada, postula a *Recorrente*, para que se digne a rever a decisão exarada nos autos em apreço, nos seguintes termos:

a) REQUER seja a presente peça recursal RECEBIDA, eis que cabível,

tempestiva e presentes os seus pressupostos de admissibilidade, atribuindo efeito **SUSPENSIVO** ao certame, consoante diciona o art. 109, §4º, da Lei nº 8.666/93 e item 14.2.7 do Edital supra referenciado.

- b)** REQUER seja julgado **PROCEDENTE** o presente recurso, afim de que sejam **REVISTAS, RECONSIDERADAS e MAJORADAS** as **NOTAS** atribuídas à Proposta Técnica da empresa **MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA**, nos termos do quanto requerido nas presentes razões recursais.
- c)** REQUER ainda, seja julgado **PROCEDENTE** o presente recurso, para **DESCLASSIFICAR** as empresas **MONTE CRISTO EIRELI (MONTE CRISTO STUDIO), AGENCIA TRADICIONAL E DIGITAL EIRELI (STING)** e **LUIZ G RODRIGUES JUNIOR (GENIUS PUBLICIDADES)** por não descumprirem as determinações e exigências do Edital, nos termos do quanto requerido nas presentes razões recursais.
- d)** Em homenagem aos princípios da eventualidade e da concentração dos atos, na remota hipótese de Vossa Senhoria e os membros da Subcomissão Técnica, entenderem de modo diverso – *o que não se espera*, REQUER sejam considerados os fatos graves relatados, demonstrados e comprovados nesta peça recursal, para que ao final sejam **REVISADAS e REDUZIDAS AS NOTAS** das Propostas Técnicas atribuídas às empresas **MONTE CRISTO EIRELI (MONTE CRISTO STUDIO), AGENCIA TRADICIONAL E DIGITAL EIRELI (STING)** e **LUIZ G RODRIGUES JUNIOR (GENIUS PUBLICIDADES)**, nos termos do quanto requerido nas presentes razões recursais.
- e)** Caso não seja reconsiderada a decisão ora guerreada – *o que se admite apenas por cautela e argumentação* – REQUER seja remetido os autos, instruído com a presente insurgência, à autoridade hierarquicamente superior, nos termos do art. 109, §4º, da Lei nº 8.666/93, havendo de ser acolhido e provido o presente recurso, em todos os seus termos.



Termos em que,
Pede e espera DEFERIMENTO.

Cuiabá/MT, 17 de novembro de 2021.

MARIA FERNANDA ESCANHUELA MELO

CPF N° 269.510.898-25

Sócia-Administradora

MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA

CNPJ N° 04.960.718/0001-80

AV. MIGUEL SUTIL NR. 8.800 - DUQUE DE CAXIAS,
13º ANDAR - SALA 1309 - ED. ADVANCED BUSINESS | CEP. 78.043.305

 65 3624-6333  MERCATTOCOMUNICACAO.COM.BR

 [MERCATTOCOMUNICACAO](https://www.facebook.com/MERCATTOCOMUNICACAO)  [@MERCATTOCOMUNICACAO](https://www.instagram.com/MERCATTOCOMUNICACAO)