

ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES DO CONSELHO REGIONAL DE ARQUITETURA E AGRONOMIA DE MATO GROSSO.

EDITAL DE LICITAÇÃO: 01/2021

PROCESSO: 2021008796

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, MARKETING E PROPAGANDA.

TIPO: TOMADA DE PREÇOS

A LICITANTE MONTE CRISTO EIRELI, também nominada, **MONTE CRISTO STUDIO**, CNPJ: 22.744.232/0001-97 com sede na Avenida Historiador Rubens de Mendonça nº 2254, 4º Andar, Sala 405, Bosque da Saúde, Cuiabá/MT, CEP: 78.050-000, por intermédio de seu representante legal Fabricio Cardoso Alves, brasileiro, casado, publicitário, portador da C.I RG nº1488812-2 SSP/MT, inscrito no CPF/MF sob nº 967.465.561-15, residente e domiciliado na Rua Atenas, 165, Golden Green Residence, Torre 02, Apto 65, Despraiado, CEP: 78.048-080 Cuiabá/MT, endereço eletrônico: fabricao@montecristoag.com.br, homepage: www.montecristoag.com.br, vem respeitosamente à presença de Vossa Senhoria, com fundamento nos dispositivos constitucionais expressos no art. 5º, inciso XXXIV, letra "a" e inciso LV, ambos da Constituição Federal e no art. 109, da Lei Federal nº8.666/93, apresentar

RECURSO ADMINISTRATIVO

Contra a decisão da Ilustríssima Comissão, a qual expôs as pontuações das empresas participantes conforme ata de julgamento apresentada na sessão do dia 22 de outubro de 2021 pela comissão técnica, pelas razões de fato e de direito a seguir expostos, requerendo para tanto sua apreciação, julgamento e admissão. Pugna a recorrente devidamente classificada em segundo lugar – pela reconsideração de certas pontuações atribuída à proposta da RECORRENTE e da EMPRESA GENIUS PUBLICIDADE, a fim do total respeito aos princípios basilares que regem os certames licitatórios e que devem ser fielmente seguidos por esta respeitosa entidade.

DA TEMPESTIVIDADE

Preliminarmente cumpre observar a tempestividade deste recurso, porquanto a Comissão Permanente de Licitação do CREA/MT, disponibilizou os links para acesso ao material no dia 04 de novembro de 2021, via e-mail: licitacao@crea-mt.org.br, bem como, no mesmo ato concedeu prazo de 03 (três) dias úteis para análise e interposição de recursos.

Sendo protocolado este recurso até o dia 09.11.2021, resta cristalina sua tempestividade.

DAS RAZÕES DO RECURSO

O CREA/MT instaurou procedimento licitatório, na modalidade Tomada de Preços, com o seguinte objeto:

1. 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.
2. Integram o objeto, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
 - a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;
 - b) À produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do contrato;
 - c) À criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

3. Os serviços têm como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.
4. O planejamento objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.
5. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.2 terão a finalidade de:
 - a) Gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;
 - b) Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;
 - c) Possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

E demais atribuições nas condições estipuladas pelo edital do certame.

No dia 22 de outubro de 2021, as 09:00 os membros da Comissão Permanente de Licitação do CREA/MT se reuniram para realização da 2ª Sessão Pública da Concorrência n.º 01/2021.

Em atenção ao item 10.8.2 do EDITAL, procedeu-se a abertura do envelope n.º 2, devidamente analisado e rubricado pelos licitantes, contendo o Plano de Comunicação Publicitária – via identificada (Quesito 1), constituído de uma cópia da via não identificada.

Em seguida, feita a identificação de todos os invólucros, foi elaborada uma planilha geral de pontuação técnica, onde se encontram compiladas as notas técnicas dos invólucros nº1 e 2 (Planos de Comunicação Publicitária) e do Invólucro nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação).

A Comissão Permanente de Licitação do CREA/MT, ao final proclamou como resultado do julgamento geral da proposta técnica, tendo a licitante GENIUS PUBLICIDADE, sagrando-se vencedora da parte técnica, com a nota total de: 96,00.

Contudo, há de se observar que a Recorrente classificada em segundo lugar, mesmo seguindo fielmente o Briefing, obteve baixa pontuação em alguns subquesitos e ainda, houve alguns equívocos na somatória das notas conforme demonstrará a seguir.

Recorre-se da decisão face da distribuição de pontos principalmente para esta empresa Recorrente quanto ao fiel cumprimento do objeto do certame, sua estratégia de comunicação, Plano de Mídia e Não Mídia da Empresa, vez que não concorda com as avaliações feitas, principalmente quando confrontadas não só com as análises técnicas em favor da empresa que sagrou-se vencedora da parte técnica, e ressalta-se que a empresa vencedora não cumpriu fielmente o Briefing e o objeto vinculado ao certame.

Conforme se denotará a seguir, ao longo da explanação técnica e jurídica das presentes razões recursas, há necessidade de uma melhor verificação substancial na documentação apresentada pela recorrente.

Nesse contexto, entende-se que o acolhimento do presente recurso, em sua integral extensão, tal como se espera, tem o condão de rever as pontuações consideradas pela Comissão Permanente de Licitações do CREA/MT a fim de que seja respeitado o julgamento objetivo intrínseco aos ditames licitatórios e que seja dado prosseguimento a licitação.

DA FUNDAMENTAÇÃO JURÍDICA

Preliminarmente, urge-se destacar que não é intuito desta licitante impedir ou simplesmente atrapalhar o normal trâmite do certame em tela, nem mesmo trazer dúvidas acerca da competência do trabalho exercido por esta respeitosa Comissão Permanente de Licitações ou questionar sem fundamento suas decisões.

Busca-se tão somente o respeito aos princípios basilares que regem nossa Administração Pública, previstos em nossa Constituição Federal e no artigo 3º da Lei de Licitações nº 8.666/93, corroborados pela lei 12.232/2010, assim com a necessidade da contratação por parte da entidade, a qual sabe que é de extrema urgência e importância da melhor maneira possível.

A administração pública deve sempre pautar seus atos com base nos princípios norteadores do Direito Administrativo e outra não seria a aplicação nos casos de licitação. O artigo 3º da Lei Federal nº 8.666/93, assim dispõe:

“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”.

Quanto a vinculação ao edital, este constitui a “lei interna da licitação” e, por isso, vincula aos seus termos tanto a Administração como os particulares. Para Di Pietro “...trata-se de princípio essencial cuja inobservância enseja nulidade do procedimento”. (Di Pietro, 1999,299) É, no dizer de Hely Lopes, o “princípio básico de toda licitação”.

Além disso, temos que o princípio do julgamento objetivo é decorrência lógica do anterior. **Impõe-se que a análise das propostas se faça com base no critério indicado no ato convocatório e nos termos específicos das mesmas.**

O que se almeja é, nos dizeres do eminente Celso Antônio, “*impedir que a licitação seja decidida sob o influxo do subjetivismo, de sentimentos, impressões ou propósitos pessoais dos membros da comissão julgadora*” (Celso Antônio, 1998, p. 338).

Após a análise da fundamentação fática a embasar o recurso, é necessário se atentar ao fato de que a empresa **Recorrente possui toda capacidade técnica exigida, bem como apresentou seu plano de comunicação dentro das especificações constantes no edital, mesmo assim sua pontuação ficou aquém da pontuação recebida pela empresa GENIUS PUBLICIDADE.**

Assim, além da falta de observância dos critérios materiais inseridos no Edital, **violando assim o princípio da legalidade, da igualdade, e da vinculação editalícia,** verifica-se que houve também.

A obrigatoriedade legal na adoção tipo “técnica” na contratação de serviços de publicidade, assim como o é no presente certame, por sua vez, tem o claro intento de fazer com que a entidade se valha da criatividade das agências de propaganda na elaboração de propostas técnicas.

Esse mecanismo é bastante proveitoso na contratação de serviços de publicidade, em que necessariamente deve haver um espaço significativo ao exercício da criatividade. Se a entidade formulasse um objeto específico, sem qualquer margem a inovação por parte dos licitantes, a disputa se resumiria a proposta comercial, o que poderia privá-la de determinadas soluções criativas e possivelmente mais vantajosas as suas demandas.

Ocorre que, diante de todo esse contexto, **deve-se ter em mente, de forma clara, que a avaliação das propostas técnicas somente ocorre por meio da aplicação de critérios objetivos** e previamente conhecidos dos licitantes. Por isso mesmo, a entidade se prende **(I) a elaboração de um briefing**, que fornece aos interessados as informações necessárias a elaboração de propostas que atendam as necessidades do ente contratante e **(II) a elaboração de Termo de Referência/Edital**, os quais determinam aquilo que obrigatoriamente deve ser respeitado pelos licitantes quando da apresentação de sua vasta documentação.

Com a devida vênia, mas é nesse ponto que resta claro que a respeitosa Comissão julgou de forma subjetiva além de não ter se atentado para o fato de que a EMPRESA GENIUS PLUBICIDADE deixou de atender os itens constantes do EDITAL, mesmo assim, recebeu pontuação maior que a recorrente mesmo esta apresentando qualificação técnica superior e devidamente comprovada.

Além do mais, esse é o entendimento do Superior Tribunal de Justiça em **análise de questão envolvendo o requisito técnico**, vejamos:

ADMINISTRATIVO. PROCEDIMENTO LICITATÓRIO. PREGÃO. PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO AO EDITAL. REQUISITO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA NÃO CUMPRIDO. DOCUMENTAÇÃO APRESENTADA DIFERENTE DA EXIGIDA. 1. A Corte de origem apreciou a demanda de modo suficiente, havendo se pronunciado acerca de todas as questões relevantes. É cediço que, quando o Tribunal a quo se pronuncia de forma clara e suficiente sobre a questão posta nos autos, não cabe falar em ofensa ao referidos dispositivos legais. Saliente-se, ademais, que o magistrado não está obrigado a rebater, um a um, os argumentos trazidos pela parte, desde que os fundamentos utilizados tenham sido suficientes para embasar a decisão, como de fato ocorreu na hipótese dos autos. 2. O Tribunal de origem entendeu de forma escorregada pela ausência de cumprimento do requisito editalício. Sabe-se que o procedimento licitatório é resguardado pelo princípio da vinculação ao edital; esta exigência é expressa no art. 41 da Lei n. 8.666/93. Tal artigo veda à Administração o descumprimento das normas

contidas no edital. Sendo assim, se o edital prevê, conforme explicitado no acórdão recorrido (fl. 264), "a cópia autenticada da publicação no Diário Oficial da União do registro do alimento emitido pela Anvisa", **este deve ser o documento apresentado para que o concorrente supra o requisito relativo à qualificação técnica.** Seguindo tal raciocínio, se a empresa apresenta outra documentação - protocolo de pedido de renovação de registro - que não a requerida, não supre a exigência do edital. 3. Aceitar documentação para suprir determinado requisito, que não foi a solicitada, **é privilegiar um concorrente em detrimento de outros, o que feriria o princípio da igualdade entre os licitantes.** 4. Recurso especial não provido.

(STJ - REsp: 1178657 MG 2009/0125604-6, Relator: Ministro MAURO CAMPBELL MARQUES, Data de Julgamento: 21/09/2010, T2 - SEGUNDA TURMA, Data de Publicação: DJe 08/10/2010)

Ao agir como exposto, a respeitosa Comissão feriu o princípio da igualdade que é basilar em todo processo licitatório.

De acordo com lições de Celso Antônio Bandeira de Mello, o princípio da igualdade, além de consistir na obrigação de tratar isonomicamente todos os licitantes, também significa ensejar a qualquer interessado que atender às condições indispensáveis de garantia, a oportunidade de disputar o certame, daí decorrendo a ideia de proibição do instrumento convocatório conter cláusulas que frustrem ou restrinjam o caráter competitivo da licitação.

Outro não é o caso que ora se apresenta. Há flagrante violação aos princípios do julgamento objetivo, da igualdade e da publicidade e, ainda há flagrante ilegalidade quanto a análise dos quesitos inseridos no edital quanto a pontuação do subquesto Estratégia de Comunicação, Plano de Mídia e Não Mídia da empresa, tanto em relação a Recorrente que obteve nota inferior quanto em relação a EMPRESA GENIUS PUBLICIDADE que foi pontuada com nota superior mesmo não preenchendo os requisitos do EDITAL.

Isso posto, e principalmente se atendo aos princípios acima destacados – necessários para realização de um julgamento transparente e íntegro, passa-se a exposição pontual de cada item que merece ser devidamente revisto por esta Comissão.

DO JULGAMENTO DOS ENVELOPES DA EMPRESA GENIUS PUBLICIDADE. DESCUMPRIMENTO AS REGRAS DO EDITAL. FALTA DE ISONOMIA COM O JULGAMENTO DAS DEMAIS EMPRESAS PARTICIPANTES

A campanha apresentada fala com a sociedade, mas não fala com o profissional da categoria, um dos pontos chaves do briefing da licitação quando se lê o tema dela.

TEMA: *Valorização Profissional e Conscientização da Sociedade*

OBJETIVO DA CAMPANHA:

O mote desta campanha publicitária é de divulgar para a sociedade a importância de realização de serviços nas áreas da Engenharia, Agronomia, Geologia e Geociências por profissionais habilitados pelo Crea-MT. A intenção é mostrar que os serviços de profissionais garantem segurança e atendimento aos preceitos técnicos necessários nas obras e serviços das áreas ligadas ao Conselho. A campanha deverá ser focada na sociedade, que contrata os serviços profissionais; e no profissional, que espera do Conselho ações para sua valorização e inserção profissional.

Nos roteiros do DVD Institucional não houve criação, e sim, praticamente uma cópia do texto do briefing, além dos roteiros serem praticamente uma cópia um do outro.

Exemplo: No briefing cita na página 130 “A Câmara Especializada que é o órgão decisório...” e da mesma forma erroneamente foi copiada para o roteiro de vídeo institucional o mesmo texto, conforme consta abaixo:

BRIEFING:

Câmara Especializada

A Câmara Especializada é o órgão decisório da estrutura básica do Crea que tem por finalidade apreciar e decidir os assuntos relacionados à fiscalização do exercício profissional, e sugerir medidas para o aperfeiçoamento das atividades do Conselho Regional, constituindo a

primeira instância de julgamento no âmbito de sua jurisdição, ressalvado o caso de foto privilegiado.

A PROPOSTA:

As Câmaras Especializadas, órgãos decisórios que têm por finalidade apreciar e decidir sobre os assuntos relacionados à fiscalização do exercício profissional e sugerir medidas para o aperfeiçoamento das atividades do Conselho Regional;

Os roteiros além de serem copiados, não trazem nenhuma menção a ideia criativa da campanha ou qualquer outro ponto de associação da mesma.

Os valores de investimento de mídias não condizem com a realidade, como exemplo: inserção do banner de topo no site SÓ NOTÍCIAIS, onde o mesmo banner tem o valor de tabela em R\$ 5.150,00 a licitante colocou na proposta seu custo por R\$ 1.029,96.

A mesma mídia citada também não é paga por diária e sim por pacote de veiculação de 30 dias.

Todo o plano de mídia referente aos banners de site para internet estão errados. A licitante pegou o valor de tabela das inserções e dividiu o valor por 30, e multiplicou pela quantidade de dias de veiculação, sendo que em nenhum veículo desse tipo de mídia, se trabalha dessa forma por diária, mas sim por mês fechado. Todo site e portal de notícias trabalham com veiculação mensal dos banners e não por 1 inserção diária, conforme apresentado no plano de mídia da licitante.

Tabela Publicidade - 2021

Formato	Dimensão	Posição	Mensal (R\$)	Diário (R\$)
Super banner	728 x 90 px	Topo	R\$ 21.000,00	R\$ 700,00
Super banner	728 x 90 px	Capa (central) + editorias	R\$ 15.450,00	R\$ 515,00
Banner	300 x 420 px	Topo lateral direito capa + editorias	R\$ 5.150,00	R\$ 171,66
Banner	450 x 100 px	Parte superior - central	R\$ 2.900,00	R\$ 96,66
Banner	300 x 100 px	Superior lateral	R\$ 1.850,00	R\$ 61,66
Banner	300 x 250 px	Lateral central	R\$ 2.750,00	R\$ 91,66
Mega banner	1240 x 250 px	Central	R\$ 4.550,00	R\$ 151,66
Poup-Up	480 x 300px	Capa Só Notícias 24 horas	-	R\$ 850,00
VT 30 Segundos	-	24 horas	-	R\$ 850,00
VT 60 Segundos	-	24 horas	-	R\$ 1.700,00





80 MILHÕES DE PÁGINAS VISTAS EM 2020: TRADIÇÃO E CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA

O MídiaNews é o site de notícias mais tradicional de Mato Grosso.

Fundado em 1999, ele também é um dos veículos de imprensa mais acessados de Mato Grosso, sobretudo em função de sua credibilidade e linha editorial apartidária, isenta e pluralista.

Em 2020, foram 80 milhões de páginas vistas em mais de mil cidades do país (e 212 países), segundo o Google Analytics.

Esse dado mostra que, mesmo sendo um site local, com sede em Cuiabá, o MídiaNews possui abrangência nacional com acessos consolidados em grandes centros como São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, por exemplo.

A média mensal de páginas vistas é de 7,1 milhões. Os dados mostram, também, que cada leitor permanece, em média, 3 minutos no site. Um total de 80% dos leitores está fidelizado, segundo o Google Analytics. Ou seja, eles acessam o site todos os dias.

O percentual médio de visitantes novos, em 2020, foi de 20,3%.

Além de ajudar a posicionar as marcas no mercado, oferecemos ainda parcerias para utilização de nosso conteúdo editorial, com publicação de reportagens, notas e vídeos que ajudam a agregar valor conceitual aos produtos e serviços de nossos clientes.

Por isso, associe sua marca ao MídiaNews e conquiste novos mercados!

TABELA DE PREÇOS	CONTRATOS MENSAIS	2021
SUPERBANNER (825x120px)		R\$ 41.300,00
BANNER TOP (380x120px)		R\$ 12.400,00
POP UP (970x90px)		R\$ 44.590,00
HORÁRIO PATROCINADO		R\$ 11.000,00
BANNER ARROBA (300x250px)		R\$ 20.660,00
MEGABANNER (670x90px)		R\$ 30.280,00
VÍDEOS E INFORMES		R\$ 41.300,00
BIG BANNER VERTICAL (300x600px)		R\$ 22.100,00
BANNER MAIS LIDAS (728x90px)		R\$ 27.595,00



Para anunciar: (65) 3027-5770
 Rua Pres. Artur Bernardes, 359 - Duque de Caxias - Cuiabá, MT - CEP: 78043-365

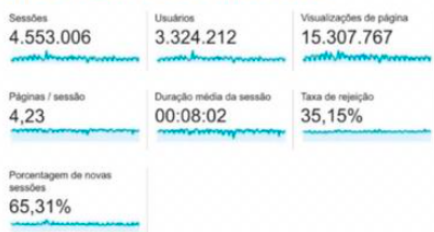
MIDIA KIT 2021



O site Primeira Hora tem como objetivo informar sobre os acontecimentos de nossa região. Além disso, acompanhar os bastidores do agro negócio, cenário político, tecnológico e econômico do Mato Grosso. De fato, o público do site Primeira Hora se destaca pelo diferencial com vários segmentos da sociedade. São jovens, estudantes, empreendedores e profissionais liberais.

Trata-se do maior veículo de comunicação online da região Sul, a 15 anos no mercado, tornando-se uma empresa sólida para seus investimentos. Tendo uma média de 80 mil acessos diários pelo Google Analytics, sendo o público alvo de todas as classes sociais.

RELATÓRIO DE ACESSOS



Formato	Carnal	Tam	Dias	Inventário	Visibilidade	%	Valor Mensal
Super Banner	home	728x90	30	1.109.945	8.384.331	100%	RS 29.544,30
Full banner	home	468x60	30	1.109.945	8.384.331	100%	RS 27.646,48
Banner quadra. square	home	300x250	30	1.109.945	8.384.331	100%	RS 17.029,91
Mega Banner	home	1000x300	30	1.109.945	8.384.331	100%	RS 31.446,73
Video	home	HD 720P	30	1.109.945	8.384.331	100%	RS 24.311,22

05.689.101/0001-35
 AGENCIA DE NOTICIAS
 RONDONOPOLIS LTDA
 AV. MARECHAL DUTRA, 840, SALA 05,
 CENTRO - CEP 78.700-080
 RONDONOPOLIS - MT

ANUNCIE: (66) 3423-6819 | (66) 9972-7307 Av. Marechal Dutra, 840, Ed. Pirâmide (Sala 05)
 marco@primeirahora.com.br Centro - Rondonópolis - MT | CEP: 78700-080

DOS PEDIDOS

BANNERS

Tabela única pra todos os sites | **2021**
Olhar Direto | Olhar Agro e Negócios | Olhar Jurídico
Olhar Conceito | Olhar Concursos

Home Page

- Capa - Área 1 Cabeçalho | 940x100 **R\$ 44.000,00**
- Capa - Área 2 - Botton | 300x100 **R\$ 25.000,00**
- Capa - Área 3 - Retângulo Médio | 300x250 **R\$ 12.800,00**
- Capa - Área 4 - Meia Página | 300x600 **R\$ 25.200,00**
- Capa - Área 5 - Outdoor | 1260x120 **R\$ 24.500,00**
- Capa - Área 6 - Meia Página | 300x600 **R\$ 25.200,00**
- Capa - Área 7 - Retângulo Médio | 300x250 **R\$ 8.400,00**
- Capa - Área 8 - Retângulo Médio | 300x250 **R\$ 6.400,00**
- Vídeo | 30 seg - **R\$ 30.500,00**
- Pop Up - **R\$ 50.500,00**

Internas

- Interna - Área 1 Cabeçalho | 940x100 **R\$ 44.000,00**
- Interna - Área 2 - Botton | 300x100 **R\$ 25.000,00**
- Interna - Área 3 - Retângulo Médio #1 | 300x250 **R\$ 12.800,00**

MóBILE

- Capa - Área 1 - Cabeçalho | 300x50
- Capa - Área 2 - Retângulo Médio | 300x250 **R\$ 44.000,00**
- Capa - Área 3 - Retângulo Médio | 300x250 **R\$ 30.800,00**
- Capa - Área 4 - Retângulo Médio | 300x250 **R\$ 21.400,00**
- Capa - Área 5 - Retângulo Médio | 300x250 **R\$ 8.900,00**
- Capa - Área 6 - Retângulo Médio | 300x250 **R\$**
- Capa - Área 7 - Retângulo Médio | 300x250 **R\$**

www.olhardireto.com.br

comercial@olhardireto.com.br
comercialrenan@olhardireto.com.br
Rua dos Girassóis, 60, Jardim Cuiabá, Cuiabá-MT
Telefone: (65) 3642-5561 / 3052 8872

Internet News Network Brasil Ltda | CNPJ 04 386 647/0001-54



Diante ao exposto, a MONTE CRISTO STUDIO requer seja conhecido o presente recurso e após análise inicial, seja totalmente provido, para considerar a recorrente como vencedora da parte técnica, elevando sua classificação para primeiro lugar – com o reconhecimento de que apresentou melhor estratégia de Comunicação, Plano de Mídia e Não Mídia, cumpriu fielmente o edital, o briefing e os termos de referências do certame e que a empresa GENIUS PUBLICIDADE seja desclassificada do certame por flagrante descumprimento aos princípios da vinculação ao instrumento editalício, e não cumprir os parâmetros estipulados no briefing e termo de referência.

Caso não seja o entendimento de Vossa Senhoria, requer a reanálise integral das notas técnicas de todas as licitantes, tendo em vista a vasta argumentação e documentação apresentadas.

E por fim, caso não entenda pela adequação do resultado, pugna-se pela emissão de parecer, informando quais os fundamentos que embasaram a decisão, posto que serão utilizados nas medidas futuras cabíveis.

Cuiabá, 09 de novembro de 2021.

MONTE CRISTO STUDIO
CNPJ Nº 22.744.232/0001-97
Fabricio Cardoso Alves
Diretor Presidente