

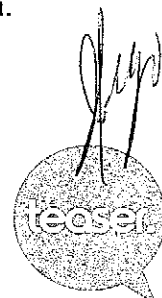
915 2018

ILUSTRÍSSIMO SENHOR PREFEITO DA CIDADE DE PACATUBA/SE POR
INTERMÉDIO DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO – ITEM 14.3
DO EDITAL DE CONCORRÊNCIA 001/2017

TEASER COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ de nº 09.381.167/0001-14, com sede na Rua Antônio Andrade, nº 1.246, Coroa do Meio, CEP: 49035-050, Aracaju/SE, neste ato representada por seu sócio administrador **HUGO GIOVANI PINHEIRO EUSEBIO**, brasileiro, solteiro, natural do Garanhuns/PE, data de nascimento 15/01/1981, publicitário, portador da C.I. de nº 3.034.469-7 SSP/SE e CPF de nº 986.813.385-87, residente e domiciliado na Av. José Vicente de Almeida, nº 150-33, Bairro Aruana, CEP: 49.033-034 em Aracaju/SE, vem, respeitosamente, à presença de Vossa Excelência, dentro do prazo legal estabelecido no art. 11, §4º, incisos VIII e X, da Lei 12.232/10 c/c item 14.1 do Edital de Concorrência nº 001/2017 da Prefeitura Municipal de Pacatuba/SE, interpor, tempestivamente, **RECURSO ADMINISTRATIVO** contra o ato de classificação da proposta cuja decisão foi lavrada na Ata da Reunião de Licitação realizada em 10/04/2018, com base nos fundamentos a seguir delineados:

I – BREVE RELATO DOS FATOS

A empresa Recorrente credenciou-se no procedimento licitatório de Concorrência pela qual o Município de Pacatuba/SE, através de sua Comissão Permanente de Licitação, realiza certame objetivando a contratação de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agência de propaganda.



Atendendo às Condições Gerais constantes do Edital de Concorrência de nº 01/2017, a Licitante Recorrente apresentou toda a documentação necessária à demonstração da sua capacidade técnica em ser classificada no primeiro lugar, porém, por ocasião do resultado do julgamento apresentado na sessão realizada no dia 10/04/2018, foi indicada em segundo lugar, ficando atrás da empresa EMPAUTA.

Entende a empresa Recorrente que o julgamento proferido pela Ilustre Comissão Permanente de Licitação não está condizente com o critério de julgamento estabelecido no correspondente Ato Convocatório do Município de Pacatuba/SE nº 01/2017.

Sendo assim, segue abaixo prova inequívoca e cabal de que a decisão proferida pela CPL deve ser reformada, tendo em vista o equívoco na observação das normas editalícias.

II – DAS IRREGULARIDADES

II.1 - CÍCERO JOSÉ MENDES LEITE LTDA (EMPAUTA!)

Os problemas encontrados no julgamento proferido em relação à proposta apresentada esbarram na marginalização dos enunciados prescritivos estabelecidos no certame, vejamos:

a) INOBSERVÂNCIA DA PADRONIZAÇÃO

Uso correto do item *“Especial: Primeira Linha por 2,0 cm (dois centímetros)”*



A licitante Cícero José Mendes Leite EPP (EMPAUTA!) descumpriu dois itens que possibilitam a identificação da licitante na proposta constante no envelope não identificado.

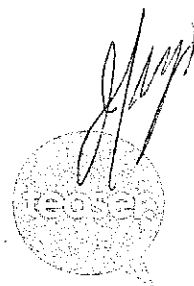
O item 8.3.5.1 do Edital Licitação aduz que o Plano de Comunicação Publicitária sem identificação deve seguir a formatação na seguinte forma, vejamos:

“8.3.5.1. Os textos, no total, não poderão exceder a 20 (vinte) laudas, devidamente numeradas, e deverão, obrigatoriamente, ser confeccionados no aplicativo Word, da seguinte forma e formatação, sem alterações, acréscimos ou supressões:

- Papel: A4 Branco
- Margens superior e esquerda: 3,0 cm (três centímetros)
- Margens inferior e direita: 2,0 cm (dois centímetros)
- Orientação: Retrato
- Cabeçalho e Rodapé: 1,0 cm (um centímetro)
- Fonte: Arial
- Tamanho: 10 (dez)
- Alinhamento: Justificado
- Recuos esquerdo e direito: 0 cm (zero centímetro)
- Especial: Primeira Linha por 2,0 cm (dois centímetros)
- Espaçamentos antes e depois: 0 pt (zero ponto)
- Entre linhas: 1,5 linha (uma linha e meia)
- Numeração: fim de página (rodapé), alinhamento à direita, na mesma fonte e tamanho do texto”

Justo Presidente, a proposta da licitante está em desconformidade com o edital, uma vez que a **formatação utilizada fora do padrão (Especial: Primeira Linha por 2,0 cm)**, possibilitando a identificação do envelope apresentado.

Clareando o que pede o edital, quando o mesmo orienta em seu item 8.3.5.1 que se deve usar “Especial: Primeira Linha por 2,0 cm (dois centímetros)”, está se referindo a um termo técnico alusivo às configurações de formatação do editor de texto (Word), conforme imagem extraída do próprio editor, apresentada abaixo.



Recuo		Especi		Pos	
Esquerda:	0 cm	Primeira linha		2,0 cm	
Direita:	0 cm				
<input type="checkbox"/> Espelhar recuos					
Espaçamento					
Antes:	0 pt	Espaçamento entre linhas:		Em:	
Depois:	0 pt	1,5 linhas			
<input type="checkbox"/> Não adicionar espaço entre parágrafos do mesmo estilo					

*Janela de configuração de texto extraída do Word.

Insta salientar que, conforme anexo, tal expressão utilizada como “recoo na primeira linha” é categorizada pela própria Microsoft em seu site¹, onde existe um tutorial informativo justamente para a configuração do recoo de linha, o qual foi seguido pela TEASER. Tal configuração refere-se a todos os parágrafos escritos, conforme utilizado, não somente ao primeiro parágrafo de toda a proposta.

A Licitante em questão seguiu contrariando as normas editalícias ao identificar as peças do item Ideia Criativa com um grande retângulo laranja e a especificação da peça fora do padrão (fonte Arial, tamanho 10). Isso fere o princípio da isonomia do certame e desafia a lisura de todo o processo.

Assim prescreve o art. 41 da Lei 8.666/93 c/c art. 6º, inciso IX da Lei nº 12.232/10, abaixo transcrito:

“Lei nº 8.666/93

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

“Lei 12.232/10

Art. 6º A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei no

¹ <https://support.office.com/pt-br/article/criar-recoo-da-primeira-linha-b3721167-e1c8-40c3-8a97-3f046fc72d6d>



8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2o, e às seguintes:

...

IX - o formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, as quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, observada a exceção prevista no inciso XI deste artigo;

(...);”

Ademais, além da infração do edital no tocante à formatação do Plano de Comunicação Publicitária, existe o erro de ter a Licitante EMPAUTA!, em sua estratégia de mídia e não-mídia, apresentado uma proposta incompleta sem os custos de produção/impressão da placa (9x3m) do veículo Publimídia, os custos de produção de placa frontlight (9x3m) da Viva Comunicação e os custos de produção de um flash-banner para veiculação na Infonet. A estratégia de mídia e não-mídia da Licitante EMPAUTA! sem os descritos acima totalizou em R\$99.996,80. O *briefing* foi taxativo ao informar o teto de R\$100.000,00. A Licitante EMPAUTA! omite os valores de produção dos itens supracitados em uma tentativa de se manter dentro do limite estipulado. Quando, na verdade, extrapolaria o valor limite da campanha simulada de R\$100.000,00, já que seu orçamento somou a quantia de R\$99.996,80, ferindo o princípio constitucional da isonomia, no tocante ao princípio básico da igualdade, pois deixa de competir em iguais condições com as demais licitantes.

Com isso, é evidente que com este erro crasso, deve a licitante EMPAUTA! ser desclassificada do certame devido à reiteradas transgressões do Edital de Concorrência nº 01/2017 do Município de Pacatuba/SE e da Lei 12.232/10.

Ademais, o caput do art. 3º. da Lei n.º 8.666/93 prevê o seguinte:



“Art. 3º. A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia e a selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração 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 lhe são correlatos” (grifo nosso).

No entender de Diógenes Gasparini, “... os interessados na licitação, os proponentes, estão submetidos à rigorosa observância dos termos e condições do edital”.

Conforme preleciona o Princípio da Isonomia, o licitante não pode irrogar-se de preferência sobre os demais, em detrimento do padrão de igualdade reclamado pela Constituição Federal.

Por uma simples interpretação literal dos artigos supramencionados, é evidente a infração cometida pela licitante CÍCERO JOSÉ MENDES LEITE LTDA, frente às normas trazidas explicitamente pelo edital.

Como se não bastasse a grandiosidade da irregularidade supracitada, ainda existe outra falha não observada pela mesa diretora do certame. Vejamos:

A Licitante EMPAUTA! ignorou a exigência de economicidade na aplicação da verba e sugere a produção de um spot de 60” e um filme de 60” que em nenhum momento foi utilizado nos mapas de mídia de televisão e rádio. O mesmo ocorreu com a produção 10 adesivos (2x1m) para busdoor, sendo que em momento algum a estratégia de mídia e não-mídia propõe a veiculação desses 10 adesivos. A Licitante em questão faz uma proposta inócua e dispendiosa para esfera pública ao propor a produção de 03 (três) peças que não são utilizadas em nenhum momento da sua estratégia. Dessa



forma, percebe-se que a Licitante EMPAUTA! desenvolveu uma estratégia de mídia e não-mídia nada vantajosa para a administração pública.

INVESTIMENTO MÍDIA
(Período: JUNHO)

VEÍCULO	DESCRIÇÃO DO TIPO	VALOR UNIT.	INVESTIMENTO (R\$)	% Mídia Total	% Total
TV Sampa	4 inserções de 30" no Fantástico - Conforme Pedido de Inserção em anexo	4.893,00	19.592,00	25,2	19,5
Publicidade	Veiculação de 01 placa (9 x 3m) no Terminal Rodoviário José Ruyemberg Leite, durante 50 dias, conforme Pedido de inserção em anexo	7.775,00	7.775,00	10,0	7,8
Internet	Veiculação de um flash-banner na primeira página do site - 30 dias, conforme Pedido de inserção em anexo	6.000,00	6.000,00	7,7	6,0
103 FM	Veiculação de 01 spot de 30" - 3 vez ao dia (06 as 18h) entre os dias 01/06 a 30/06 - 90 inserções	41,00	3.690,00	4,7	3,7
FM Sampa	Veiculação de 01 spot de 30" - 3 vez ao dia, entre os dias 01/06 a 30/06 - 90 inserções	32,00	2.880,00	3,7	2,8
Ibairani FM	Veiculação de 01 spot de 30" - 3 vez ao dia, entre os dias 01/06 a 30/06 - 90 inserções	51,18	4.606,20	6,9	4,6
Rio FM	Veiculação de 01 spot de 30" - 3 vez ao dia, entre os dias 01/06 a 30/06 - 90 inserções	20,00	1.800,00	2,3	1,8
FM Eldorado	Veiculação de 01 spot de 30" - 3 vez ao dia, entre os dias 01/06 a 30/06 - 90 inserções	60,00	5.400,00	6,9	5,4
Tólias Barão FM	Veiculação de 01 spot de 30" - 3 vez ao dia, entre os dias 01/06 a 30/06 - 90 inserções	50,00	4.500,00	5,8	4,5
Jornal da Cidade	Veiculação de anúncio de 1/2 página	2.000,00	2.000,00	2,5	2,0
Viva Comunicação	1 placa Front Light - Buzas	4.500,00	4.500,00	5,8	4,5
Facebook	Impulsionar VT 30" na página do Governo Municipal de Pacatuba	250,00	250,00	0,3	0,3
Instagram	Impulsionar VT 30" na página do Governo Municipal de Pacatuba	250,00	250,00	0,3	0,3
Via Mídia (TV Indoor)	Veiculação de 01 vt de 30" no período de 30 dias - 180.000 inserções	3.300,00	3.300,00	4,2	3,3
Shopping Jardins	Veiculação de 16 adesivos nas 4 portas de entrada do shopping Jardins	11.000,00	11.000,00	14,1	11,0

TOTAL GERAL MÍDIA: R\$ 77.483,20

Sua estratégia de comunicação de realizar uma ação de distribuição de panfletos, com 3 pessoas, na Passarela do Caranguejo em Aracaju negligencia e descumpra a Lei 12.232/2010, que no seu art. 2º, §2º determina:

"Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

§ 1º Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações



publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;

II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

§ 2º Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º deste artigo, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.“

Ou seja, a Licitante EMPAUTA! contrariou o que está estabelecido expressamente na lei, propondo ação promocional que envolvem contratação de pessoas para eventos e ações que não são contempladas pelo objetivo da licitação: restritas aos serviços de Publicidade, estes que só abrangem a compra de mídia.

INVESTIMENTO NÃO MÍDIA

FORNECEDOR	DESCRIÇÃO DO ITEM	INVESTIMENTO	% Não Mídia	% Total
J. Andrade	300 cartazes (80x40cm)	1.062,00	11,3	1,0
J. Andrade	20.000 Folhetos (A4 c/ 1 dobra - 4x4 cores)	4.000,00	43,8	4,0
Viva	10 adesivos 2x7cm (quadros) + 16 adesivos 1,35x2,10m (portas do shopping Jardim)	4.221,90	45,1	4,2

TOTAL GERAL NÃO MÍDIA: R\$ 9.383,90

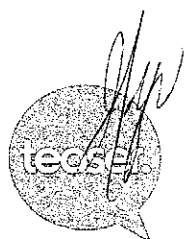
INVESTIMENTO PRODUÇÃO: TERCEIROS

TERCEIROS	DESCRIÇÃO DO ITEM	INVESTIMENTO	% Produção	% Total
Atacadão da Voz	PRODUÇÃO E EDIÇÃO DE 2 SPOTS (30" e 60")	1.650,00	11,7	1,6
Prod Produções	FOTOS + PRODUÇÃO E EDIÇÃO DE 2 VÍDEOS (30" e 60")	10.000,00	78,0	10,0
Parliament GS	3 pessoas - 1 nota de acordo para na produção do comercial em Aracaju	1.600,00	12,1	1,6

TOTAL GERAL PRODUÇÃO TERCEIROS: R\$ 13.250,00

TOTAL GERAL INVESTIMENTO EM MÍDIA + NÃO MÍDIA + PRODUÇÃO TERCEIROS

R\$ 26.396,20



b) FALTA DE COMPROVAÇÃO DA LISTA DE CLIENTES

O item 8.4.1.1 não foi cumprido, uma vez que, o edital é taxativo ao explicitar que a relação dos principais clientes deve ser "...*devidamente comprovada*...". Vejamos o mencionado item:

"8.4.1.1. Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da apresentação dos documentos de habilitação, devidamente comprovada, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;"

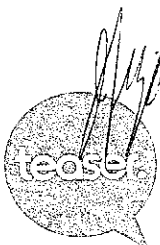
A concorrente Cícero José Mendes Leite EPP listou os clientes, porém não fez a comprovação. Em geral, essa comprovação é feita através da apresentação de Notas Fiscais faturadas contra os respectivos clientes listados.

Presta serviços a clientes em que o objeto do serviço prestado não é publicidade e sim assessoria de comunicação. De acordo com Lei 12.232/10, que norteia o edital desta licitação, esse tipo de serviço é vedado. O artigo 2º da lei supracitada diz que:

"§ 2o Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1o deste artigo, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor." (grifo nosso)

Dessa forma, não há relevância para o certame os clientes da EMPAUTA em que não há a devida comprovação, sendo estes:

- Junta Comercial do Estado de Sergipe;
- Ordem dos Advogados do Brasil Seção do Estado de Sergipe;
- Associação Hospitalar de Sergipe;



• Deputado Estadual Gilmar Carvalho

Ademais, o material apresentado é impreciso, incompleto e incorreto. É tão dúbio que NÃO HÁ JUSTIFICATIVA CONVINCENTE para que a empresa Cícero José Mendes Leite EPP se permaneça no certame, já que, descumpriu o item 8.4.1.1 do Edital.

Nesse sentido já decidiu o Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, no Acórdão nº 222.019-SP: “Nem se compreenderia” diz Hely Lopes Meirelles (Direito Administrativo, cit., p.250), “**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 quem o expediu (art. 41)”.** (g.n)

O edital é a lei que rege o processo de licitação, portanto, todas as suas cláusulas devem ser rigorosamente observadas. A jurisprudência é pacífica nesse sentido. O STJ - Superior Tribunal de Justiça, no processo 199900384245, Segunda Câmara, tendo como Relatora Laurita Vaz, esclarece que:

“A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada (Lei n. 8.666/93, art. 41). **In casu, a recorrente deixou de atender a requisito previsto no edital, em clara ofensa ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório. ROMS. LICITAÇÃO. PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO. DESCLASSIFICAÇÃO. NÃO OBSERVÂNCIA DO DISPOSTO NO EDITAL PELA EMPRESA RECORRENTE.**

I - O edital é elemento fundamental do procedimento licitatório. Ele é que fixa as condições de realização da licitação, determina o seu objeto, discrimina as garantias e os deveres de ambas as partes, regulando todo o certame público.



II - Se o Recorrente, ciente das normas editalícias, não apresentou em época oportuna qualquer impugnação, ao deixar de atendê-las incorreu no risco e na possibilidade de sua desclassificação, como de fato aconteceu.” (g.n.)

Nesse diapasão, resta demonstrado que a empresa CÍCERO JOSÉ MENDES LEITE LTDA descumpriu claramente várias cláusulas editalícias, ensejadoras de DESCLASSIFICAÇÃO DE SUA PROPOSTA TÉCNICA, **NÃO DEVENDO ESTA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO SUCUMBIR A IRREGULARIDADES TÃO LATENTES, EM DETRIMENTO DOS PRINCÍPIOS DA SEGURANÇA JURÍDICA E DA VINCULAÇÃO AO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO, QUE DEVEM SER COLOCADOS À RELEVO NAS DECISÕES ADMINISTRATIVAS.**

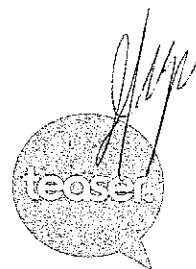
c) DOS PROFISSIONAIS LISTADOS

Das 16 pessoas apresentadas, apenas 04 são formadas em publicidade e propaganda, conforme aduzido na própria proposta da licitante.

De forma clara e objetiva, os currículos dos profissionais trazidos pela EMPAUTA! não demonstram experiências em outras empresas e nem os clientes atendidos.

A agência só possui um profissional de mídia que não possui formação na área de publicidade e propaganda. Dessa forma, não possui qualificação específica para atuar nessa área.

O profissional planejamento não possui experiência específica alguma na área. Sua atuação é em direção de arte e o próprio texto diz que identidade visual é a sua especialidade.



Como se não bastasse, na lista de profissionais trazida pela licitante EMPAUTA! Consta o nome de funcionários que já não trabalham mais na empresa. Não fazem mais parte da equipe da EMPAUTA:

Yslla Vanessa Adicionar aos amigos Mensagem

Linha do Tempo Sobre Amigos 4 em comum Fotos Mais ▾

VOCÊ CONHECE YSLLA?

Para ver o que ela compartilha com os amigos, envie-lhe uma solicitação de amizade. Adicionar aos amigos

Sobre

Para ver o que ela compartilha com os amigos, envie-lhe uma solicitação de amizade. Adicionar aos amigos

Visão geral

Trabalho e educação

vip Assessoria de imprensa na empresa Comunicação VIP, Estagiária na empresa Governo de Sergipe e Internship na empresa Governo do Estado de Sergipe

1 de fevereiro de 1994



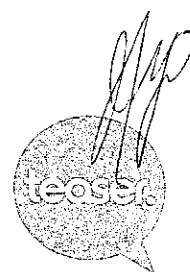


- Os currículos dos profissionais não demonstram experiências em outras empresas e nem os clientes atendidos.

- A agência só possui um profissional de mídia que não possui formação na área de publicidade e propaganda. Dessa forma, não possui qualificação específica para atuar nessa área.

- O profissional planejamento não possui experiência específica alguma na área. Sua atuação é em direção de arte e o próprio texto diz que identidade visual é a sua especialidade.

d) DOS RECURSOS MATERIAIS APRESENTADOS



Quanto aos recursos materiais, no que se refere a computadores, foram apresentados apenas 14. No entanto, a empresa apresentou 16 profissionais. Ou seja, 02 profissionais não possuem equipamentos de trabalho.

A EMPAUTA não apresentou as informações de marketing e comunicação, pesquisas de audiência e da auditoria de circulação. O que apresentou foi um sistema que monitora mídia que está sendo veiculada.

e) DAS PEÇAS APRESENTADAS NO ITEM REPERTÓRIO (ITEM 8.4.2.1)

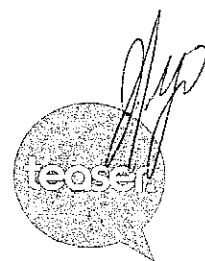
A Licitante EMPAUTA! excedeu o limite de 30 (trinta) peças/exemplos que poderiam ser apresentados em Repertório, conforme pode ser conferido na página 53 com o folder de Monte Carmelo, na página 55 com o folder Laranjeiras Religiosidade e na página 57 com o folder Foz do São Francisco. O edital no item 8.4.2.3 é taxativo ao afirmar que *“No caso de folder, se apresentado em A4 frente e verso será considerado como 02 (duas) peças”*.

III – DA NECESSIDADE DE REVISÃO DAS NOTAS APRESENTADAS PELA SUBCOMISSÃO DE LICITAÇÃO

a) CLIENTES APRESENTADOS

Lida sobre a capacidade geral de produção revelada pela licitante considerando a quantidade a qualificação dos clientes 2,0 (dois pontos).

Foi atribuída a menor nota/média (1,8) para a Recorrente TEASER. Porém, os julgadores atribuíram notas de forma aleatória sem atribuir nenhuma justificativa. A TEASER apresentou e comprovou o atendimento a clientes de segmentos privados e



públicos, entre eles o Ministério Público do Trabalho e os dois mais importantes clientes do Estado para esse segmento: Governo de Sergipe e Banese.

Assim, imperioso é a reavaliação das notas atribuídas pela subcomissão de licitação à recorrente TEASER.

b) EQUIPE PROFISSIONAL DA EMPRESA LICITANTE

Compreende a capacidade geral de produção revelada pela licitante considerando a quantidade a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência licitante 2,0 (dois pontos).

Foi atribuída a menor nota/média de para Teaser (1,76). Porém, os julgadores atribuíram notas de forma aleatória sem atribuir nenhuma justificativa.

Ratifica-se aqui que a Teaser já atendeu os principais clientes do segmento público do Estado, Governo de Sergipe e Banese. **Os profissionais que compõe a equipe da Recorrente TEASER, além de maior e melhor formação técnica comprovada, comparada as demais licitantes, trabalham a mais de 15 anos no mercado desenvolvendo trabalhos para clientes do setor público como Banese, Prefeitura de Aracaju, Sergas, Ministério Público do Trabalho e Governo do Estado.** Sem contar que esses profissionais também já trabalharam na esfera pública, o que ratifica o profundo conhecimento e experiência no segmento, sanando quaisquer dúvidas sobre o conhecimento da equipe técnica da Recorrente.

Como prova e validação da qualidade alcançada pelos profissionais da Recorrente e knowhow no segmento público, em 2017 a agência foi vencedora em duas categorias do maior prêmio de propaganda em Sergipe, o Guigó – Prêmio Sergipano de Propaganda. Com o filme para a Nota da Gente (Governo de Sergipe) a TEASER foi vencedora na categoria “Melhor Filme Público do Estado”. Com a campanha “Aplicativo” (Detran) a agência venceu a mais importante categoria do prêmio, “Campanha Integrada”.



Todos os fatos listados acima ratificam a qualidade técnica dos profissionais da Teaser ao tempo que contrapõem a avaliação da subcomissão técnica.

Dessa forma, solicitamos uma reavaliação da nota atribuída pela subcomissão de licitação.

Neste mesmo item, temos as considerações a fazer quanto às notas conferidas pela subcomissão à outra licitante:

Quanto à licitante EMPAUTA!, temos as seguintes considerações:

Equivocadamente a subcomissão atribuiu nota/média 1,9 de um total de 2,0 pontos diante da equipe de profissionais apresentada pela EMPAUTA!. Porém, os julgadores atribuíram notas de forma aleatória sem atribuir nenhuma justificativa. Vejamos alguns pontos distorcidos:

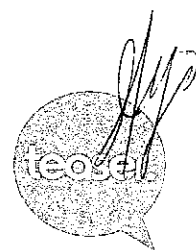
- Das 16 pessoas apresentadas, apenas 04 são formadas em publicidade e propaganda.

- Os currículos dos profissionais não demonstram experiências em outras empresas e nem os clientes atendidos.

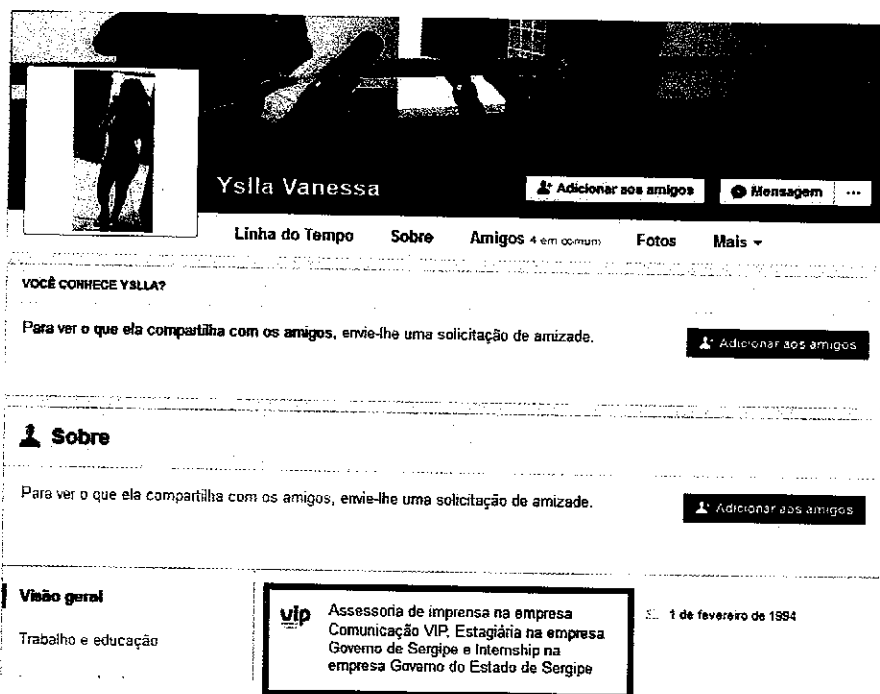
- A agência só possui um profissional de mídia que não possui formação na área de publicidade e propaganda. Dessa forma, não possui qualificação específica para atuar nessa área.

- O profissional planejamento não possui experiência específica alguma na área. Sua atuação é em direção de arte e o próprio texto diz que identidade visual é a sua especialidade.

Ainda na listagem de profissionais a Licitante EMPAUTA apresentou 2 profissionais que não fazem parte da sua equipe técnica, conforme pode ser visto no perfil



pessoal dos profissionais listados, que ilustram fazer parte de outras agências de publicidade. Vejamos:



Yslla Vanessa Adicionar aos amigos Mensagem

Linha do Tempo Sobre Amigos 4 em comum Fotos Mais

VOCÊ CONHECE YSLLA?

Para ver o que ela compartilha com os amigos, envie-lhe uma solicitação de amizade. Adicionar aos amigos

Sobre

Para ver o que ela compartilha com os amigos, envie-lhe uma solicitação de amizade. Adicionar aos amigos

Visão geral

Trabalho e educação

vip Assessoria de imprensa na empresa Comunicação VIP. Estagiária na empresa Governo de Sergipe e Internship na empresa Governo do Estado de Sergipe

1 de fevereiro de 1984





Sendo assim, está visível que as notas atribuídas à licitante EMPAUTA! foi de forma equivocada, merecendo a Recorrente TEASER ter sua nota revisada.

c) ESTRUTURA

Cuida da capacidade geral estrutural revelada pela licitante considerando a estrutura e os recursos materiais disponíveis para execução do contrato 2,0 (dois pontos).

Foi atribuída a menor nota/média de (1,73) para Teaser. Porém, os julgadores atribuíram notas de forma aleatória sem atribuir nenhuma justificativa. É evidente que a estrutura apresentada pela Recorrente é nitidamente superior em quantidade (metros quadrados da sede, máquinas, departamentos) e qualidade (sistemas

de gerenciamento, pesquisa, plataformas Mac), não havendo fundamentação para tal justificativa ou qualquer consideração em contrário.

Neste sentido, por estar veemente demonstrado que a estrutura apresentada da Recorrente TEASER é superior, a nota atribuída pela subcomissão técnica é claramente contrária aos princípios expostos pelo Edital, pela Lei 8.666/93 e pela Lei 12.232/10.

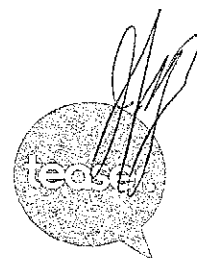
d) SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

Trata da sistemática de atendimento revelada no julgamento dos quesitos, operacionalidade, segurança, grau de liberdade conferiu à cliente na escolha de soluções alternativas e presteza no atendimento as solicitações 2,0 (dois pontos).

Foi atribuída a menor nota/média de (1,83) para a Recorrente. Porém, os julgadores atribuíram notas de forma aleatória sem atribuir nenhuma justificativa.

Contudo, a sistemática apresentada foi a mais completa, didática e detalhada. Todos os itens solicitados no edital (discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produção e veiculação, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia) foram atendidos de forma detalhada e objetiva. Sobre 'eficiência' dessa sistemática, podemos comprová-la através dos resultados adquiridos com os dois principais clientes públicos do Estado: Governo de Sergipe e Banese.

Assim, resta evidenciado que a nota atribuída à Recorrente TEASER foi desproporcional à farta documentação apresentada, tornando necessário a revisão das notas apresentadas pela subcomissão de licitação.



e) DISCRIMINAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DE MARKETING

Versa sobre a capacidade geral informativa revelada pela licitante, considerando a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regulamente a disposição da prefeitura, sem ônus adicional, durante a execução do contrato: 2,0 (dois pontos).

Foi atribuída a menor nota/média de (1,8) para a Recorrente. Porém, os julgadores atribuíram notas de forma aleatória sem atribuir nenhuma justificativa.

Não obstante, o item solicita a apresentação do que será colocado à disposição do cliente.

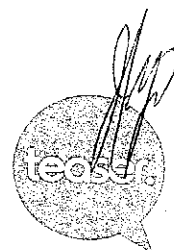
A proposta da Recorrente foi a mais completa e que apresentou mais itens. Enquanto a Empauta apresentou apenas duas empresas que trabalham com monitoramento de mídia. No entanto, a Recorrente recebeu a menor nota.

Sendo assim, está visível que as notas atribuídas à Licitante EMPAUTA! foi de forma equivocada, merecendo a Recorrente TEASER ter sua nota revisada.

f) REPERTÓRIO

Trata da capacidade técnica e artística revelada pelo licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com amostras de peças incluídas na proposta e aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, clareza, qualidade de execução e acabamento: 20,0 (vinte pontos).

Foi atribuída a menor nota/média de (19,36) para a Recorrente. Porém, os julgadores atribuíram notas de forma aleatória sem atribuir nenhuma justificativa. A



TEASER foi a licitante que apresentou a maior diversidade de peças/clientes e com qualidade técnica superior a outra licitante.

No que tange o repertório apresentado pela EMPAUTA!, este é limitado e restrito basicamente a um único segmento. As peças apresentadas mostram trabalhos desenvolvidos para prefeituras com pouco ou nenhum apelo estético ou criativo.

Diante disso, imperioso é a reavaliação da nota apresentada pela subcomissão de licitação à Recorrente frente às irregularidades apresentadas das demais licitantes que obtiveram maior nota, mesmo com menor técnica.

g) RELATOS DE SOLUÇÕES

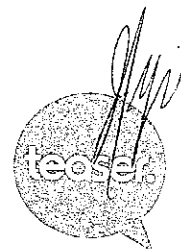
Considera a capacidade técnica da licitante em detectar e delimitar problemas de comunicação, equacioná-los, planejar sua solução, de sorte a evidenciar perfeita concatenação entre causa e efeito e, enfim, medir adequadamente os resultados: 10,0 (dez pontos).

Foi atribuída a menor nota/média de (9,6) para a Recorrente. Porém, os julgadores atribuíram notas de forma aleatória sem atribuir nenhuma justificativa.

Vale ressaltar que o case João e Lica foi premiado no Festival Internacional de Publicidade do Rio de Janeiro e case Aplicativo do Detran premiado no Prêmio Guigó de Propaganda Sergipana.

Assim, resta evidenciado que a nota atribuída à Recorrente TEASER foi desproporcional à farta documentação apresentada, tornando necessário a revisão das notas apresentadas pela subcomissão de licitação.

Ademais, conforme estabelece o art. 6º, inciso VII da Lei 12.232/10:



“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:

(...)

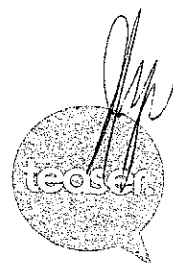
VII - a subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas,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

(...)”

Assim, considerando que as avaliações devem ser revistas.

H) PLANO DE COMUNICAÇÃO

A Agência EMPAUTA! em sua estratégia de mídia e não-mídia, apresentou uma proposta incompleta sem os custos de produção/impressão da placa (9x3m) do veículo Publimídia, os custos de produção de placa frontlight (9x3m) da Viva Comunicação e os custos de produção de um flash-banner para veiculação na Infonet. A Licitante EMPAUTA! ignorou a exigência de economicidade na aplicação da verba e sugere a produção de um spot de 60” e um filme de 60” que em nenhum momento foi utilizado nos mapas de mídia de televisão e rádio. O mesmo ocorreu com a produção 10 adesivos 2x1m para busdoor, sendo que em momento algum a estratégia de mídia e não-mídia propõe a veiculação desses 10 adesivos. Dessa forma, a Licitante EMPAUTA deve ser desclassificada.



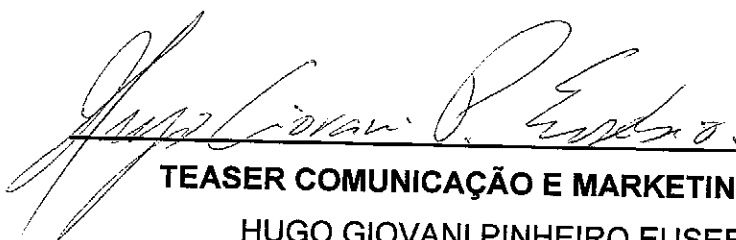
IV - DOS PEDIDOS

Diante dos argumentos citados acima, vem o Recorrente, à presença de Vossa Senhoria, apresentar o presente RECURSO ADMINISTRATIVO, para que seja analisado e JULGADO PROCEDENTE por esta Douta Comissão Permanente de Licitação, nos seguintes termos:

Seja reconsiderada a decisão exarada pela Comissão Permanente de Licitação, devendo ser dado provimento ao recurso ora apresentado, e que ao final julgue pela **DESCCLASSIFICAÇÃO** da licitante **CÍCERO JOSÉ MENDES LEITE LTDA (EMPAUTA!)**, frente às irregularidades apontadas no presente recurso, posto que não atendem o disposto nos itens 8.3.5.1, 8.3.4 e 8.4.2.2 do edital nº 1/2017 da Prefeitura Municipal de Pacatuba/SE com fulcro no 6º, inciso IX da Lei nº 12.232/10 e art. 3º da Lei nº 8.666/93, bem como na **REVISÃO DAS NOTAS ATRIBUÍDAS À RECORRENTE**, realizando-se, assim, a mais perfeita Justiça!

Termos em que, pede deferimento.

Aracaju/SE, 16 de abril de 2018.



TEASER COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.

HUGO GIOVANI PINHEIRO EUSEBIO

