

À Prefeitura Municipal de Açailândia/Ma

Ilustríssimo Senhor (a) Presidente da Comissão de Licitação do Município de Açailândia -Ma

Ref.: Concorrência Pública Nº 003//2022
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 3286/2022

H M do Nascimento Ltda, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNP sob nº 31.278.786/0001-37, com sede na rua frederico Bulhão nº2196, Centro, na cidade de Pedreiras - Ma, por seu representante legal infra assinado, tempestivamente, vem, com fulcro no inciso I, do art. 109 , da Lei nº 8666/93, à presença de Vossa Excelência ou Vossa Senhoria a fim de intepor recurso.

I- RECURSO ADMINISTRATIVO

Contra a decisão da digna Subcomissão dando pontuação nos quesitos que classificou outros concorrentes em 1º,2º,3º LUGAR, demonstrando os motivos de seu inconformismo pelas razões a seguir articuladas:

II – DA FUNDAMENTAÇÃO

Com efeito, é válido ressaltar que a licitação se revela como sendo uma atividade estatal de meio que, observando o princípio da isonomia dos licitantes, busca especificadamente a obtenção da proposta mais vantajosa para a administração. A exigência legal de preservação do caráter competitivo do procedimento licitatório vem positivado no inciso I do § 1º, do art. 3º da Lei de regência, in verbis: 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 lhes são correlatos.

1—DOS FATOS SUBJACENTES

Acudindo ao chamamento dessa Instituição para o certame licitacional, a recorrente inclinou-se a participar com a mais estrita observância das exigências editalícias. No entanto, a douta subcomissão pontuou com nota máxima em quesitos por outras empresas concorrentes apresentados fora dos padrões do edital. E pontuando com nota mínima esta recorrente que apresentou sua proposta técnica dentro dos padrões do edital do referido certame. Ocorre que, essa decisão não se mostra consentânea

Premier Publicidade/CNPJ:31278786/0001-37
Rua Frederico bulhão Nº 2196,bairro goiabal,Pedreiras-Ma
Email:premier.propaganda@hotmail.com
Contato:99-98515-5398



com as normas legais da Lei, nem mesmo do edital, como adiante ficará demonstrado.

O edital em seu item 9.1.3, é claro sobre a FORMA DE APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA:

9.1.3 "A FALTA DOS DOCUMENTOS EXIGIDOS PARA A PROPOSTA TÉCNICA OU SUA APRESENTAÇÃO EM DESACORDO COM O PRESENTE EDITAL, IMPLICARÁ NA DESCLASSIFICAÇÃO DA PROPOSTA.

O mestre administrativista Hely Lopes Meirelles sustenta que é o edital quem dita as regras que regem o certame, devendo os licitantes, a comissão e a administração, em homenagem ao princípio da vinculação aos seus termos, respeitá-lo fielmente. Vejamos:

EM RELAÇÃO AO JUGAMENTO DA COMISSÃO DETALHAMOS O CASO:

A) A empresa criativa deixou de cumprir alguns itens do edital o que a levaria a sua desclassificação vejamos:

1- Em sua estratégia de comunicação publicitária não teve como base o briefing, não utilizando o tema da campanha solicitado no item 2 do mesmo.

2- "CAMPANHA SIMULADA: AÇAILÂNDIA CONTRA A DENGUE"

CAMPANHA APRESENTADA: O PERIGO PODE ESTAR PERTO DE VOCÊ

2- Não especificou a quem dizer, quando dizer, o período de veiculação da campanha, como dizer e que meios e instrumentos utilizar.

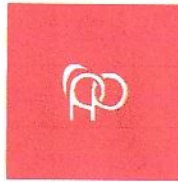
3- Não especificou o público alvo exigido no item 5 do briefing.

5- "A CAMPANHA DEVE ABRANGER O PÚBLICO EM GERAL, TENDO COMO TARGET, PORÉM O SEGUINTE PÚBLICO: ADULTOS DE 25 A 55 ANOS, DE AMBOS OS SEXOS."

A agência teve como o público de sua campanha jovens a partir dos 16 anos, desobedecendo portanto o público definido pelo briefing.

4- No quesito idéia criativa todas as peças da campanha deve formar um conjunto levando a mensagem da campanha porém as peças da agência criativa não cumpre com os objetivos de marketing do briefing, de informar como é o mosquito da dengue, informando apenas como se combate a doença, além de se referir ao mosquito apenas como transmissor da dengue em nenhuma das peças a agência fala do zica vírus e chikungunya doenças que também são transmitidas por ele. A empresa também incluiu logomarca do SUS em suas peças sendo que este não era solicitado.

2



5- Na estratégia de mídia e não mídia além de citar o público alvo apartir de 16 anos o que vai contra ao público solicitado do breinfing que é de 25 a 55 anos, a agência ainda estropolou o orçamento limitado em R\$: 40.000,00(quarenta mil reais) como segue planilha para que esta subcomissão faça os cálculos

PREFEITURA DE AÇAILÂNDIA
CONCORRÊNCIA: Nº 003/2022
CAMPANHA: O PERIGO PODE ESTAR PERTO DE VOCÊ

RESUMO DE INVESTIMENTOS

PRODUÇÃO				
PEÇA	QTD	FORMATO	UNIT (R\$)	TOTAL(R\$)
Anúncio Em Jornal	1	½ PÁGINA	800,00	800,00
Outdoor	4	9 X 3	250,00	1.000,00
Full Banner	4	FULL BANNER	200,00	800,00
Spot	1	ÁUDIO	1.083,00	1.083,00
Valor Total Produção (R\$)				3.683,00
MÍDIA				
MEIO / VEÍCULO	INS	PRAÇA	UNIT (R\$)	TOTAL(R\$)
JORNAL				
Jornal A Tribuna	4	AÇAILÂNDIA	1.250,00	5.000,00
INTERNET (Portal/Blogs)				
Portal Inicia.com	1	AÇAILÂNDIA	2.650,00	2.650,00
Folha de cuxá	1	AÇAILÂNDIA	2.000,00	2.000,00
A Marcos Noticias	1	AÇAILÂNDIA	2.000,00	2.000,00
Portal Carlos Cristiano	1	AÇAILÂNDIA	2.000,00	2.000,00
Portal Veras	1	AÇAILÂNDIA	2.000,00	2.000,00
Portal Walber Alves	1	AÇAILÂNDIA	2.000,00	2.000,00
Eloane Maia	1	AÇAILÂNDIA	2.500,00	2.500,00
Jariene Viegas	1	AÇAILÂNDIA	1.257,00	1.257,00
Sub total Internet				16.407,00
OUTDOOR				
LCL Outdoor (4 cartazes)	4	AÇAILÂNDIA	1.800,00	7.200,00
RÁDIO				
Rádio Marconi FM	100	AÇAILÂNDIA	37,80	3.780,00
Rádio Clube FM	100	AÇAILÂNDIA	39,30	3.930,00
Sub total Rádio				7.710,00
Valor Total Mídia (R\$)				36.317,00
TOTAL GERAL (R\$)				40.000,00

Importa o presente orçamento no VALOR TOTAL GERAL R\$ 40.000,00 (quarenta mil reais).



PREFEITURA DE AÇAILÂNDIA
CONCORRÊNCIA Nº 003/2022
CAMPANHA O PERIGO PODE ESTAR PERTO DE VOCÊ

PRODUÇÃO

PEÇA/SERVIÇO	QTD	UNIT (R\$)	TOTAL(R\$)
01 - ANÚNCIO EM JORNAL Produção de anúncio formato 1/2 página colorida	01	800,00	800,00
02 - OUTDOOR Produção e impressão de cartaz de outdoor, em policromia em lona digital, medindo 9x3	04	250,00	1.000,00
03 - FULL BANNER Formatação de dados para web banner	04	200,00	800,00
04 - SPOT 45" Produção de spot com roteiro locução gravação e finalização.	01	1.083,00	1.083,00
Valor Produção (R\$):			3.683,00

Em sua distribuição apresentou uma planilha de produção em 2 parcelas e não seguiu os valores da tabela fenapro em vigência para produção das peças, no entanto mesmo apresentando o plano de comunicação incompleto, nos causa estranheza que a agencia criativa recebeu nota máxima em todos os quesitos.

Portanto, baseado no critério de julgamento da proposta técnica de acordo com o edital em seu item "9.1.4.1 I,II,III e IV, e tendo em vista que a agência criativa não apresentou plano de comunicação, como manda a lei e o edital pedimos sua desclassificação do certame.

OUTRO CASO:

6- No envelope de nº3 conjunto de informações vejamos:

- Nos cases que a licitante apresentou, não acompanhou ficha técnica completa faltando a citação dos profissionais que participaram da produção da peça, itens importante para uma ficha técnica de um VT.
- O edital manda também em seu item 5.1.1,III que as licitantes apresentem no mínimo 4 peças (sendo uma para cada; VT, Spot/jingle, outdoor, banner/internet, jornal e ou revista).no entanto a agência criativa apresentou:
 - 1- outdoor
 - 1- anúncio de Jornal
 - 1-vt de 30" e ao invés de apresentar uma peça para o outro meio (spot/jingle) apresentou outro vt de 3,48". E espantosamente a empresa criativa recebeu 100% dos pontos para este quesito mesmo apresentando de forma errada e incompleto.

Portanto, embasado no critério de julgamento da proposta técnica de acordo com o edital em seu item "9.1.4.1 I,II,III e IV, e em obediência ao item 4.1.5 no qual

Premier Publicidade/CNPJ:31278786/0001-37
Rua Frederico bulhão Nº 2196,bairro goiabal,Pedreiras-Ma
Email:premier.propaganda@hotmail.com
Contato:99-98515-5398



estabelece que "Será desclassificado o licitante que descumprir o disposto neste edital", além do item 9.1.3 que reforça " A falta de qualquer dos documentos exigidos para a proposta técnica ou sua apresentação em desacordo com o edital, implicará na desclassificação da proposta" e tendo em vista que a agência criativa não apresentou plano de comunicação , ou seja, proposta técnica como manda a lei e o edital, e por apresentar seus quesitos incompletos, pedimos sua exclusão do certame.

B)) A empresa Açai Mídia, deixou de cumprir alguns itens do edital , vejamos:

o item 4.1,III define a estratégia de comunicação publicitária, que exige os pontos centrais da estratégia de comunicação....

- A empresa Açai Mídia não apresentou em sua estratégia os itens exigido pelo edital especialmente o que dizer(não esclareceu os objetivos da campanha), a quem diz (não apresentou o perfil do público da campanha conforme o edital manda através do anexo breinfing),como dizer(qual linguagem seria usada),quando dizer,(o período da campanha) além de instrumentos ou ferramentas a utilizar ,estando portanto seu quesito em desacordo com o edital.

- No quesito estratégia de mídia e não mídia,além de não especificar o público-alvo, a agência qualificou a peça full banner como não mídia,podemos afirmar que esta peça usada na internet,ou seja no meio digital esta qualificada na tabela Fenapro como mídia digital,

Peças não mídia são aquelas que não se paga para veicular, tem custos apenas em sua produção.

Sendo assim, portanto o banner apresentado de forma errado no meio errado na proposta técnica da licitante Açai Mídia.

- Na simulação da campanha a agência atribuiu valores para serviços internos da agência o que não é permitido pelo edital,pois tal serviços inclui honorários o que só se apresenta sob forma de desconto na proposta de preços.



ACAMÍDIA

CUSTOS DA CAMPANHA

JORNAL	Tiragem	Letras	Formato	R\$ Unit	Nº Ins	Total R\$	
A TRIBUNA	1.000	1.000	1/2 PG	1.500,00	10	15.000,00	
Total por mês						10	15.000,00

OUTDOOR	Ord	Impressão	Locação (mês)	Total R\$
LCL OUTDOOR	3	R\$ 1.000,00	R\$ 4.500,00	4.500,00
Total por mês				4.500,00

RADIO	Programas	Programação	Tempo	Inserções mês	Total R\$	
MARCONI FM 101,9	Marconi cidade	Jornalismo	30 seg	140	1.800,00	
MARCONI FM 101,9	Radar 101	Jornalismo	30 seg	140	1.800,00	
MARCONI FM 101,9	Ritmos da noite	Entretenimento	30 seg	100	600,00	
Total por mês					3.800	4.200,00

FULL BANNER	Veículo / site	Visualização / dia	Total R\$
Blog do Valter Alves - www.blogdovalteralves.com	3.200	1.000,00	1.000,00
Blog Folha de Cuxá - www.folhadecuxa.blogspot.com	4.000	1.000,00	1.000,00
Total por mês			2.000,00

SERVIÇOS DE AGÊNCIA	VALOR R\$
Serviços internos da agência	14.300,00

INVESTIMENTO TOTAL R\$ 140.000,00

- No caderno conjunto de informações, na capacidade de atendimento a empresa não especificou os setores da agência bem como seus respectivos profissionais que estaria disponível para execução do contrato no entanto recebeu nota maior que esta recorrente, que apresentou todas as informações solicitado neste quesito.

C) A empresa uau em sua estratégia de comunicação oferece em sua proposta um tema diferente ignorando o tema solicitado para simulação da campanha, um ato de total desrespeito não só das regras editalícia, mais também feriu a instituição pública e a própria comissão de licitação que antes de publicar o edital fez um estudo de caso sobre a real necessidade da população e em busca de solução lança seu briefing orientando as agências, e neste caso tanto a agência uau, como a empresa criativa não levaram em consideração esta exigência erro grosseiro cometido até então e mesmo assim as empresas receberam pontuação bem elevada neste quesito.

- A empresa uau além de mudar o nome da campanha solicitado incluiu a logo do governo do estado do maranhão, sendo que o edital estabelece apenas as logos



do governo federal, ministério da saúde e governo de açailândia, mais um indício de desrespeito as regras editalícia.

Levando em consideração os fatos acima mencionados e em obediência ao item 4.1.5 no qual estabelece que "Será desclassificado o licitante que descumprir o disposto neste edital" ,além do item 9.1.3 que reforça " A falta de qualquer dos documentos exigidos para a proposta técnica ou sua apresentação em desacordo com o edital, implicará na desclassificação da proposta" e tendo em vista que a agência uau não apresentou plano de comunicação , ou seja, proposta técnica como manda a lei e o edital pedimos sua desclassificação do certame.

Ainda no quesito idéia criativa todas as empresas citadas acima apresenatram o material do meio rádio gravado em CD/pendrive,o edital é claro quando estipula no item 4.1,III,a,b,c,d , os meio a serem usados na campanha e que para o rádio quer somente o roteiro,ou seja escrito e não gravado.

DO PEDIDO

Ressaltamos antes de nosso pedido que,a Recorrente ampara sua pretensão nos princípios básicos contidos no art. 37, XXI, da Constituição Federal e no art. 3º da Lei 8.666/93 (Lei de Licitações), bem como na preservação dos princípios constitucionais da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento do objetivo e demais princípios correlatos às licitações públicas, in verbis.

Art. 37. A administração pública direta, indireta ou fundacional, de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e, também, ao seguinte: [...]

Complementando referidos dispositivos, o art. 41, caput, da Lei de Licitações e Contratos nos descreve que "A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada".

A Licitação destina-se a garantia da observância do princípio constitucional da isonomia (art. 3º, LLC), este não observado no presente certame quando objetiva legalizar cristalinas infringências a textos normativos da Legislação.

Assim tendo em vista que a recorrente apresentou plano de comunicação como manda a lei e o edital, e mesmo assim recebeu nota menor do que as concorrentes nos quesitos citados acima, solicitamos uma reavaliação de nossas notas e a desclassificação das empresas criativa e uau acima citadas, por não atenderem as regras do edital e desrespeitarem as orientações do briefing:

I- Na esteira do exposto, requer-se que seja julgado provido o presente recurso, com efeito para que, reconhecendo-se a equivocada decisão de atribuir notas considerável altas em quesitos das empresas já citadas, como de rigor, admita-se a



revisão das notas da recorrente, pela subcomissão técnica.

Pedimos a esta comissão a desclassificação das concorrentes pelas razões óbvias apresentada acima;

II- Igualmente, lastreada nas razões recursais, requer-se que essa Comissão de Licitação reconsidere sua decisão sobre as notas desta recorrente, bem como a partir desta data incline - se no sentido da sanar este vício neste certame, pois se as empresas uau e Criativa não atentam aos princípios editalício também não vai atentar aos princípios da economicidade, publicidade e moralidade na execução do contrato, na hipótese de não, esperada disso não ocorrer, faça este subir, devidamente informado, à autoridade superior, em conformidade com o § 4º, do art. 109, da Lei nº 8666/93.

Pedreiras, Ma 15 de Julho de 2022

Helinivaldo Moreira do Nascimento
CPF: 911.215.503-73
Helinivaldo Moreira do Nascimento
Sócio - Administrador

Helinivaldo Moreira do Nascimento
Representante Legal

31.278.786/0001-37
H. M. DO NASCIMENTO
PREMIER PUBLICIDADE
E PROPAGANDA