



Excelentíssimo Senhor Prefeito de Várzea Grande/MT
Ilustríssima Senhora Presidente da Comissão Especial de Licitação
Elizangela Batista de Oliveira

Ref.: Concorrência nº 01/2023 – Processo Administrativo 779972/2022

FCS COMUNICAÇÃO S/A, empresa licitante já qualificada no Processo relativo à Concorrência nº 001/2023, destinado à *“Contratação de Agências de Propaganda para prestação de serviços de publicidade para a prefeitura municipal de Várzea Grande sem segregação de lotes, itens ou contas públicas, cujas atividades têm por objetivo: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão, execução de estratégias, e ações de publicidade e atividades complementares, com a finalidade de dar publicidade e divulgar as políticas públicas, divulgar as ações de governo do poder executivo municipal da administração pública e indireta, para informar o público em geral”*, em atenção às razões recursais apresentadas nos autos em epígrafe, vem tempestivamente, apresentar as **RAZÕES DE CONTRA RECURSO**, alegando o que segue:



I – BREVE SÍNTESE

A Secretaria Municipal de Comunicação Social de Várzea Grande/MT com o objetivo na contratação de 03 (três) de Agências de Propaganda para prestação de serviços de publicidade para a prefeitura municipal de Várzea Grande sem segregação de lotes, itens ou contas públicas, cujas atividades têm por objetivo: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão, execução de estratégias, e ações de publicidade e atividades complementares, com a finalidade de dar publicidade e divulgar as políticas públicas, divulgar as ações de governo do poder executivo municipal da administração pública e indireta, para informar o público em geral.

Em 25 de julho próximo passado foi realizada a segunda sessão do certame em epígrafe, sendo informado aos participantes a decisão tomada por essa renomada Equipe Licitatória, momento em que, transcorrendo-se os prazos editalícios, foram apresentadas as razões recursais das empresas LUIZ G. RODRIGUES JÚNIOR (Gênio Publicidade); J. V. FERMINO DA SILVA – ME (Imagine Propaganda); FCS COMUNICAÇÃO S/A; LOGOS PROPAGANDA LTDA; SOUL PROPAGANDA EIRELI; TIS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA; e, ZIAD FARES PUBLICIDADE, onde em alguns pontos as recorrentes atacam esta contra recorrente, que em atenção aos Princípios da Ampla Defesa e do Contraditório, vem apresentar as presentes razões.

É a síntese necessária ao pleito no presente momento.

II – DA TEMPESTIVIDADE

Preliminarmente, todo recurso exige pré-requisitos para o seu conhecimento, in casu, a tempestividade. Nessa esteira de entendimento, colhe-se os ensinamentos de MARÇAL JUSTEN FILHO (in Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, 9ª ed., Ed. Dialética, São Paulo, 2002, p. 590), no sentido de que:

“O cabimento do recurso administrativo sujeita-se à presença de determinados pressupostos. Sem esses pressupostos, nem se chega a apreciar o mérito da questão. A existência de pressupostos recursais retrata



a vedação legal ao exercício meramente arbitrário da faculdade de impugnar atos administrativos. Trata-se de evitar desperdício de tempo e de energia na apreciação da insatisfação do particular. Os pressupostos recursais são requisitos que todo recurso deve apresentar sob pena de não ser conhecido - vale dizer, não ser efetivada a revisão do ato administrativo impugnado”.

No instrumento convocatório da concorrência em epígrafe, restou claro a seguinte previsão, não cabendo a qualquer licitante alegar desconhecimento:

“6.5. Em qualquer fase desta licitação, sendo elas habilitação e julgamento de propostas, caberá recurso no prazo de 05 (cinco) dias úteis a contar da data da intimação do ato ou lavratura da ata, quando presentes todos os licitantes, no ato em que foi adotada a decisão”.

Nessa ótica, considerando que em 16 de agosto de 2023 foram publicadas as razões de Recurso, e que o edital é cristalino ao afirmar que “**Na contagem dos prazos será excluído o dia do início e incluído o dia do vencimento**” (grifos nossos), constata-se que as razões de contra-razões dever-se-ão ser protocoladas até o dia 24 de agosto de 2023.

Nesse diapasão, por restar flagrante e manifestamente tempestivo o presente apelo, requer que se digne, o conhecimento desta exordial.

III – RAZÕES DE CONTRA-RECURSO

À priori, cumpre-nos destacar que toda e qualquer menção à ataques à empresa FCS Comunicação S/A será, no presente instrumento, rechaçada de forma a elidir ao que ora ventilado nas razões recursais, momento em que não teceremos qualquer consideração a respeito do alegado pelas empresas quanto do ataque vil à esta Comissão de Licitação, que apenas e tão somente seguiu todos os parâmetros editalícios.

III.1 – LOGOS PROPAGANDA LTDA

A Recorrente apresentou as seguintes alegações:



2. Campanha VG pra frente, vc com a gente – FCS Comunicação

2.1. Estratégia de comunicação

A Estratégia de Comunicação Publicitária apresentada pela licitante FCS Comunicação não apresenta a explicação de "como dizer", referente ao inciso "b" do subitem 8.2.3.2. Tal exigência do edital não foi atendida na Estratégia de



Comunicação, e é válido ressaltar que, como o próprio item coloca, trata-se de um dos pontos centrais da estratégia.

Tal exigência é o ponto central da estratégia de comunicação do licitante, pois é através deste subitem é que a proposta vai demonstrar o que dizer, a quem dizer, com e quando dizer, além de indicar os meios que serão utilizados para alcançar os objetivos propostos.

Tendo falhado a licitante neste sub-questo, e não tendo a Subcomissão Técnica observado essa falha, mister que se faça nova reavaliação com a consequente penalização da proposta da licitante, reduzindo, de consequência a sua pontuação.

2.2 Ideia criativa

Os exemplos de peças da Ideia Criativa não constam a indicação sucinta das peças conforme estabelece o edital em seu item 8.2.3.3.10:

8.2.3.3.10. Para facilitar seu cotejo, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet) de acordo com as seguintes orientações:

- a) Texto em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos.

A divulgação dos canais próprios do anunciante é um dos pilares da comunicação pública, com o intuito de estabelecer uma via de comunicação direta, confiável e atual com cidadão. Tal estratégia oportuniza ainda a economicidade de verba, ao explorar ferramentas de comunicação já estabelecidas pela administração.



Os exemplos de peças apresentados pela agência FCS Comunicação não trazem os canais próprios da Prefeitura, desperdiçando a oportunidade de divulgá-los, fortalecê-los e incentivar a participação cidadã, um dos pilares da comunicação pública.

Dessa forma o quesito deverá ser reavaliado, aplicando-se a penalidade na sua avaliação pelo descumprimento das regras do edital.

2.3 Estratégia de Mídia e Não Mídia da campanha VG pra frente, vc com a gente – FCS Comunicação

A estratégia de mídia e não mídia se refere a postagem de carrosséis, no plural. Porém a ideia criativa menciona apenas um carrossel, o corporificado, deixando de contemplar qualquer outra peça semelhante, ferindo, assim, a letra b do item 8.2.3.3, descrição de todas as peças que a licitante julgar necessárias para superar o desafio de comunicação.



- 8.2.3.3. Subquestão 3 - Ideia Criativa** - Apresentação da proposta de campanha publicitária contemplando as seguintes condições:
- a) Relação de todas as 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;
 - b) Exemplos das peças constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para comprovar e auxiliar objetivamente sua proposta de campanha publicitária.
- 8.2.3.3.1.** A relação e descrição de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing está circunstada à especificação de cada peça publicitária, a explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

2.3.1 Da estratégia de mídia e não mídia em descordo com objetivo de comunicação

O briefing, anexo III do Edital, determina que o objetivo de comunicação é a criação de campanha publicitária para o aniversário de 156 anos do município.

OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO

Prefeitura Municipal de Várzea Grande - www.vg2009.mt.gov.br - E-mail: fcs@vargzeagrande.mt.gov.br
Avenida Castelo Branco, Paço Municipal, nº. 2500 - Várzea Grande - Mato Grosso - Brasil - CEP: 78.125-700
Fone: (65) 3688-8020 Página 104 de 147

SECRETARIA DE
ADMINISTRAÇÃO



PREFEITURA MUNICIPAL DE
VÁRZEA GRANDE
Mais por Você - Mais por Várzea Grande



PROC. ADM. Nº 729972/2022

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2022

OBJETIVO: Criar uma campanha publicitária para o aniversário de 156 anos do município e que, do mesmo modo, faça um balanço das principais ações da Prefeitura, uma prestação de contas para a população, fazer muito e comemorar a celebração do aniversário serve também para mostrar as mudanças do gestor, que incidiram de forma positiva na vida dos varzeagrandenses.

A estratégia de mídia da agência FCS Comunicação traz em seu resumo apresentado na página 13, o período de programação de 01 a 30 de março, o que não faz o menor sentido, tendo em vista que o aniversário da cidade é no dia 15 de maio. Desse modo, o investimento de mídia e os esforços de comunicação seriam perdidos, ao veicular campanha com setenta dias de antecedência.



INVESTIMENTOS EM MÍDIA					
MÉDIO	PEÇAS	TOTAL INSCRIÇÕES	PERÍODO	TOTAL (R\$)	%
TELEVISÃO	VT 30"	73	1 a 30 de Março	112.140,00	37,0%
RÁDIO	SPOT 30"	175	1 a 30 de Março	34.540,00	9,8%
PARQUE	ANÚNCIO 1 PÁG	1	1 a 30 de Março	30.000,00	10,0%
OUT OF HOME (OOH)	OUTDOOR FRONT LIGHT AEROPORTO	14	1 a 30 de Março	36.100,00	10,8%
INTERACT	FLYER BANNER INTERNET	51	1 a 30 de Março	60.100,00	17,8%
TOTAL		314		269.200,00	85,21%

PRODUÇÃO DE MÍDIA					
PEÇA	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO (R\$)	TOTAL (R\$)	%
VT 30"	Produção de um VT de 30"	1	31.500,00	31.500,00	9,5%
SPOT 30"	Produção de um Spot de 30"	1	800,00	800,00	0,2%
OUTDOOR SIMPLES	Lona para outdoor simples	12	850,00	10.200,00	2,9%
FRONT LIGHT	Lona para front light	1	3.600,00	3.600,00	1,0%
BANNER AEROPORTO	Lona para banner em aeroporto	1	950,00	950,00	0,3%
				47.050,00	13,4%

PRODUÇÃO DE NÃO MÍDIA					
PEÇA	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO (R\$)	TOTAL (R\$)	%
Camisa	Produção de camisas tamanho 30x42cm	2.000	1,75	3.500,00	1,0%
				3.500,00	1,0%

13

Resta claro que a licitante não apresentou um bom plano de mídia quando programou a divulgação das ações em um período totalmente desconexo com a realidade do município, principalmente por se tratar no aniversário da cidade. Ao que se parece, a licitante não sabe sequer o dia da comemoração da emancipação política no município de Vargem Grande, razão pela qual deve ter sua pontuação reavaliada, aplicando a penalidade de redução da pontuação.

2.4. Do Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

A licitante FCS Comunicação apresentou Relato de Soluções de Problema de Comunicação da campanha Prestação de Contas para o anunciante Governo do Mato Grosso. Em seu descritivo o documento afirma que a campanha foi um grande sucesso, mas deixou de apresentar números concretos que o confirmem com um case, de fato. Para avaliação da subcomissão é imprescindível que o relato tenha uma meta previamente estabelecida e apresente os resultados para mensurar se atendeu as expectativas do anunciante ou não.

Da forma que foi apresentado o Relato pela licitante não se pode dizer que o mesmo teve êxito ou não na sua proposta, vez que as informações são insuficientes para uma avaliação objetiva.

Dessa forma a subcomissão técnica deverá fazer uma realização do Relato da Licitante aplicando a penalidade de redução da nota em decorrência de o mesmo não ter sido apresentado de forma que pudesse ter sido avaliado com precisão.

De todo o apresentado, vê-se que a Recorrente LOGOS alega que na proposta apresentada pela FCS não fora contemplada em sua Estratégia de Comunicação Publicitária a explicação de "como dizer".

Contudo, a FCS apresenta ao longo de diversos parágrafos este item, trazendo o "como dizer" na descrição do conceito criado, linguagem, identidade visual e atributos utilizados para representar a forma de comunicar a campanha criada para a concorrência, como se pode observar a seguir:



Seja na saúde, na educação, na infraestrutura, em qualquer setor: se VG vai pra frente, o cidadão vai junto, crescendo e se desenvolvendo. O conceito é aplicado em todas as peças, chamando atenção do público para a mensagem, que traz informações sobre as diversas obras e ações em diferentes áreas, bem como celebra os 156 anos do município, com a inserção de um selo comemorativo em formato de balão.

Visualmente, as peças dão destaque para o conceito, juntamente com imagens de cidadãos e cidadãs que são o foco do trabalho da Prefeitura. Trazemos uma pluralidade de rostos, que representam os diversos segmentos da população, como: estudantes, trabalhadores da indústria, comércio e serviços, idosos, crianças e cidadãos de forma geral. Todos sempre com um aspecto alegre e celebrativo. Semioticamente, os representantes da população são colocados em destaque junto com o conceito para reforçar a mensagem de que a população é prioridade.

As peças apresentam as cores verde, vermelho e branco em evidência, criando uma unidade visual com as cores da marca de Várzea Grande. Nas peças gráficas, as informações de realizações são apresentadas em caixas de texto e fotos que se intercalam e trazem provas dos investimentos e melhorias realizadas em diversas áreas.

Dessa forma, a mensagem da campanha cumpre sua função comunicativa, em diferentes etapas: chamando atenção do público, despertando o interesse e reforçando a imagem do anunciante. Para chamar atenção a mensagem deve ser simples, direta e proporcionar uma identificação imediata com o público-alvo, o que o conceito apresentado cumpre, fazendo com que o público deixe de prestar atenção em outras coisas para se concentrar em nossa peça publicitária.

O interesse será despertado por meio de recursos gráficos que evidenciam os principais pontos da mensagem: os números de crescimento econômico, educacional, investimentos em infraestrutura e saúde, atendimentos e novas entregas realizadas pelo poder executivo municipal.

E o reforço da imagem da Prefeitura é apresentado na forma de texto de apoio e mensagem final que reforça os benefícios de todos esses investimentos e a promessa de que muito ainda será feito. Tudo isso sempre acompanhado da marca da Prefeitura, que assina todas as peças, cumprindo a missão da comunicação pública de fortalecer as instituições, mas principalmente, de divulgar atos e resultados da Prefeitura.

Nobres, de início, parece-nos tratar-se de um recurso protelatório, tentando confundir esta Nobre Comissão para que a mesma reforme a sua decisão correta, para proveito próprio, o que por si só é um ato ilegal e imoral.

Adiante, a Recorrente LOGOS alegou que a FCS não incluiu na IDEIA CRIATIVA a indicação sucinta das peças e não apresentou peça para divulgação de recursos próprios, porém a FCS apresentou sim, a indicação de todas as peças e a peça de POST CARROSSEL que seria utilizada de forma orgânica nas redes sociais



da Prefeitura, utilizando os recursos próprios disponíveis, como se pode observar a seguir:

POST CARROSSEL (Peça para rede social): Dentro da estratégia online, o post em formato carrossel no feed do Instagram e Facebook vai ao encontro de assertividade. A primeira tela do carrossel serve de introdução e traz a mensagem de que há um ritmo acelerado de trabalho. Na sequência, as próximas telas complementam, expondo que a consequência é expansão econômica e desenvolvimento social. O fechamento são telas que entendem as primeiras como motivos de comemoração e apresentam o conceito todo da campanha, além de conter assinatura e selo de aniversário.

C) UTILIZAÇÃO DE RECURSOS PRÓPRIOS

Outros pontos de contato do público com a prefeitura incluem os canais oficiais de comunicação da administração.

O site oficial da prefeitura utilizará o banner de internet.

O filme também será postado no Facebook, Instagram da prefeitura, cuidando para que os comentários de elogios sejam incentivados a compartilhar o conteúdo.

Vejam nobres julgadores, passo à passo estar-se-á configurando tratar-se de um recurso meramente protelatório.

Adiante, a Recorrente LOGOS alegou que a FCS não apresentou descrição de mais peças de carrossel como citado na estratégia de mídia e que houve uso de período diferente na planilha de Investimento de mídia resumida.

Não passam de meros erros de digitação já que em outros pontos da defesa e planilhas as informações estão corretas/condizentes:

Para isso, utilizaremos comerciais de 30 segundos em TV, spots de rádio de 30 segundos, outdoor, anúncios de jornal, banner para sites, post carrossel, cartaz, painel no aeroporto, empena e sequência de stories nas redes sociais da Prefeitura

5

Adiante, necessário se faz frisar que na Estratégia de Mídia e Não Mídia apresentada pela FCS fora apresentada de forma clara e translúcida o período da campanha e o motivo da escolha dele, senão vejamos:



D) CRONOGRAMA E INVESTIMENTOS

A campanha terá 30 dias. Seleccionamos 30 dias antes do aniversário da cidade, indo de 16 de abril a 15 de maio. Para isso buscamos uma divisão de verba de 85% para veiculação e 15% para produção. A ideia é que a maior parte da verba seja investida na distribuição do material, fazendo com que mais pessoas sejam impactadas pela campanha.

MEIO: TELEVISÃO		PEÇA: VT 30"			TOTAL INS MEIO: 73	TOTAL R\$ M
VEÍCULO	PROGRAMAÇÃO	FORMATO	FAIXA HORÁRIA	VALOR INS.	PERÍODO DE VEICULAÇÃO 16/04 a 15/05	
REDE GLOBO	BOM DIA MT (05:00 - 07:30)		05 - 07:30	1.032,00	8	
	BOM DIA BRASIL (07:30 - 08:30)		07:30 - 08:30	1.259,00	4	
	MTV 1ª EDIÇÃO (11:00 - 12:00)	30"	11 - 12	2.543,00	2	
	SESSÃO DA TARDE (10:00 - 15:40)		10 - 15:40	903,00	7	
	NOVELA II (18:40 - 19:30)		18:40 - 19:30	4.842,00	3	
	CALDEIRÃO (15:45 - 17:35)		15:45 - 17:35	2.009,00	4	
TOTAL VEÍCULO					28	
VEÍCULO	PROGRAMAÇÃO	FORMATO	FAIXA HORÁRIA	VALOR INS.	PERÍODO DE VEICULAÇÃO 16/04 a 15/05	
REDE RECORD	FALA BRASIL (06:05)		06:05-07:40	775,00	8	
	NOTICIA DE FRENTE (07:40)		07:40 - 9:00	675,00	8	
	CIDADE ALERTA LOCAL (17:50)	30"	17:50 - 18:45	2.927,00	2	
	JORNAL DA RECORD (18:45)		18:45 - 20:00	3.814,00	3	
	HORA DO FARO (17h)		17:00 - 18:45	2.943,00	3	
TOTAL VEÍCULO					24	
VEÍCULO	PROGRAMAÇÃO	FORMATO	FAIXA HORÁRIA	VALOR INS.	PERÍODO DE VEICULAÇÃO 16/04 a 15/05	
CIDADE VERDE	TREINO ABERTO (17:00-18:00)		17:00-18:00	2.572,50	6	
	DEVOÇÃO BERTANEJA (08-09)	30"	08-09	893,55	8	
	AMIGOS TEODORO SAMPAIO (08-09)		08-09	893,55	8	
TOTAL VEÍCULO					21	
MEIO: JORNAL		PEÇA: ANÚNCIO 1 PÁG			TOTAL INS MEIO: 1	TOTAL R\$ M
VEÍCULO	PROGRAMAÇÃO	FORMATO	CM/COL	VALOR CM/COL.	PERÍODO DE VEICULAÇÃO 16/04 a 15/05	
A GAZETA	INDETERMINADO	1 PÁG COR	6 COL X 50CM	116,83	300	
TOTAL VEÍCULO					300	



FCS Comunicação
+55 65 3028 6911 fcs.com.br

R São Paulo, 110 - Ribeirão da Ponte
78040-585 . Cuiabá . Mato Grosso . Brasil

MEIO: RÁDIO		PEÇA: SPOT 30"			TOTAL INS MEIO: 175	TO
VEÍCULO	PROGRAMAÇÃO	FORMATO	FAIXA HORÁRIA	VALOR INS.	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	
CENTRO AMÉRICA FM	PRIMEIRA PÁGINA	30"	06:30 - 08:00	299,00	16/04 a 15/05	40
TOTAL VEÍCULO						40
NATVA FM	Rotativo Comercial (7h às 19h)	30"	7h às 19h	291,00	15/04 a 15/05	47
TOTAL VEÍCULO						47
GAZETA FM	INDETERMINADO	30"	24H	99,00	16/04 a 15/05	88
TOTAL VEÍCULO						88
MEIO: OOH		PEÇA: OUTDOOR, FRONT LIGHT, AEROPORTO			TOTAL INS MEIO: 14	TO
VEÍCULO	PEÇA	FORMATO	TAMANHO	VALOR INS.	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	
SERATTA OUTDOOR	OUTDOOR	SIMPLES	9M X 3M	1.100,00	24/04 a 07/05	12
TOTAL VEÍCULO						12
KALLAS MIDIA OOH	PAINEL AEROPORTO	DESEMBARQUE	4,50 X 2,00 m	15.000,00	16/04 a 15/05	1
TOTAL VEÍCULO						1
SPEED LABEL	EMPENA	ILUMINADO	8,00x4,70m	8.300,00	16/04 a 15/05	1
TOTAL VEÍCULO						1

MEIO: INTERNET		PEÇA: BANNER DE INTERNET			TOTAL INS MEIO: 31	TO
SITE	PEÇA	FORMATO	TAMANHO	VALOR INS.	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	
VG NOTÍCIAS	Topo Banner 728x90	PACOTE MENSAL 1	728x90	23.000,00	16/04 a 15/05	1
TOTAL VEÍCULO						1
RD NEWS	Mega Topo 670x90	DIÁRIO	670x90	1.480,00	16/04 a 15/05	10
TOTAL VEÍCULO						10
OPINIAO MT	FB TOPO 1 - 1000X180	MENSAL	1000X180	700,00	16/04 a 15/05	10
TOTAL VEÍCULO						10
OLHO NO ESPORTE MT	MEGA EXP - 980X165	PACOTE MENSAL 1	980X165	389,96	16/04 a 15/05	13
TOTAL VEÍCULO						13
CENÁRIO MT	FULL BANNER TOPO	DIÁRIO	870X90	1.775,00	16/04 a 15/05	9
TOTAL VEÍCULO						9
REPORTER MT	MEGA BANNER TOPO	MENSAL	870X90	1.790,00	16/04 a 15/05	8
TOTAL VEÍCULO						8



Por fim, a Recorrente LOGOS alegou que não foram apresentados, pela FCS, os dados no Relato de Soluções de Problemas de Comunicação do case Prestação de Contas.

Nobres Julgadores, todas as evidências necessárias para demonstrar o sucesso da campanha estão contidas no Relato apresentado. A FCS apresentou todas as informações necessárias para o Julgamento da Proposta Técnica, atendendo todos os requisitos do edital.

Fora demonstrado que a campanha cumpriu os objetivos de comunicação determinados pelo cliente e não há como ter dúvidas do sucesso da campanha visto que o próprio cliente referendou este relato de sucesso.

Assim sendo, por fim, trata-se efusivamente e de forma vil, de um recurso meramente protelatório, que trouxe apenas e tão somente ilações tentando de forma baixa jogar por terra os excelentes trabalhos realizados por essa Comissão, razão pela qual não deve ser dada guarida à nada do que fora relatada pela Recorrente LOGOS.

III.2 – SOUL PROPAGANDA EIRELI

A Recorrente apresentou as seguintes alegações:

2. Agências classificadas que compartilham o mesmo profissional. Descumprimento do Edital.

Para a comprovação de estrutura técnica adequada para cumprimento do contrato, as licitantes devem apresentar, dentre outros, o caderno de Capacidade de Atendimento conforme item 8.3. Quesito 2 do presente edital.

Dentre os itens exigidos em tal caderno está a alínea b) do item 8.3.2, que requer a relação de profissionais que compõem o time **PERMANENTE** da licitante à época da licitação.

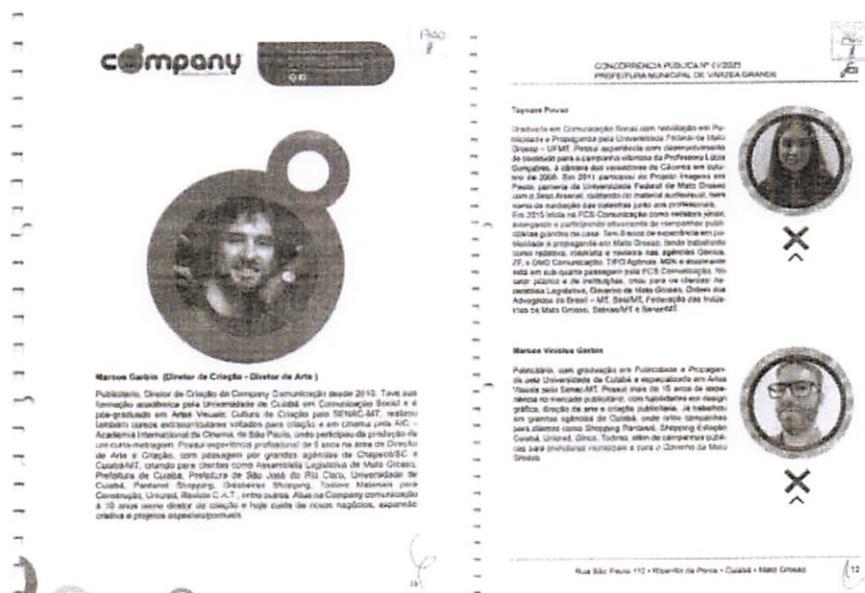
b) Quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que compõem o time permanente da licitante à época da licitação, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

Print do trecho do edital item 8.3.2. b), pág. 16.



Ora, mas como poderia a Subcomissão Técnica atribuir notas elevadas, a agências diferentes, que apresentam exatamente o mesmo profissional em seu quadro **PERMANENTE** de funcionários? Destaca-se, inclusive, que as referidas agências foram classificadas em 1º e 4º lugares no quadro geral.

Como podemos ver a seguir, em seus respectivos cadernos de Capacidade de Atendimento, as licitantes COMPANYY e FCS apresentam em seu quadro funcional o profissional **Marcos Garbin** como profissional **PERMANENTE** destas. Não preciso ser muito astuto para perceber que não é possível servir duas empresas de forma PERMANENTE ao mesmo tempo:



Print dos cadernos das licitantes COMPANYY e FCS onde fica relacionado o mesmo profissional em seus quadros permanentes.

Diante do fato, a Subcomissão Técnica nada pronunciou e, não apenas isso, atribuiu NOTA MÁXIMA neste quesito a ambas às agências. Assim, a licitante COMPANYY obteve 25 pontos, segundo os 3 julgadores, enquanto a licitante FCS obteve 25 pontos, segundo a julgadora Leticia, e 24 pontos pelos outros julgadores, que descontaram um ponto, porém por outra justificativa, como comprovamos a seguir.



A D V O G A D O S A S S O C

QUESITOS	NOTA	JUSTIFICATIVAS
2 - Capacidade de atendimento	25	

Print do trecho da tabela de notas atribuída à agência COMPANY pela julgadora Letícia

QUESITOS	NOTA	JUSTIFICATIVAS
2 - Capacidade de atendimento	25,0	Atende bons clientes, inclusive com experiência no setor público, boa estrutura e prazos condizentes com a realidade do setor público.

Print do trecho da tabela de notas atribuída à agência COMPANY pelo julgador Valdemir

QUESITOS	NOTA	JUSTIFICATIVAS
2 - Capacidade de atendimento	25,0	- Demonstrou experiência no relacionamento com Administração Pública.

Print do trecho da tabela de notas atribuída à agência COMPANY pela julgadora Lucimary

QUESITOS	NOTA	JUSTIFICATIVAS
2 - Capacidade de atendimento	25	

Print do trecho da tabela de notas atribuída à agência FCS pela julgadora Letícia

QUESITOS	NOTA	JUSTIFICATIVAS
2 - Capacidade de atendimento	24,0	Bons clientes, apresenta experiência no setor público. Os prazos estão um pouco fora da realidade do contratante.

Print do trecho da tabela de notas atribuída à agência FCS pelo julgador Valdemir

QUESITOS	NOTA	JUSTIFICATIVAS
2 - Capacidade de atendimento	24	- Alguns prazos disponibilizados ficaram em desacordo a dinâmica de trabalho da Prefeitura Municipal de Várzea Grande.

Print do trecho da tabela de notas atribuída à agência FCS pela julgadora Lucimary

Logo, ao mesmo tempo em que a Subcomissão Técnica verdadeiramente "cria" critérios para a desclassificação, não desclassifica licitantes que efetivamente descumprem frontalmente as regras, haja vista que, de forma clara, não seria possível o mesmo profissional compor o quadro permanente de duas empresas diferentes.

Em suma, a Recorrente Soul alegou que a FCS apresentou um profissional de sua equipe que não seria permanente.

Muito embora tal fato poder-se-á ser resolvida por uma simples diligência, a FCS COMUNICAÇÃO já traz no presente momento, anexo a presente razões de



contra-recurso, a comprovação do vínculo permanente através do contrato e de comprovantes de pagamento feitos para o Sr. Marcos Vinícius Garbin nos últimos 06 (seis) meses, demonstrando de forma fática que o mesmo faz parte do quadro permanente da FCS.

III.3 – TIS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA

A Recorrente apresentou as seguintes alegações:

2.4 DE FALHAS DE OUTRAS LICITANTES QUE NÃO GERARAM DESCLASSIFICAÇÃO

É importante salientar que nos fundamentos apresentados pela Subcomissão não há qualquer perda de pontos no que se refere aos critérios presentes no edital, o que não justifica com fundamentação qualquer perda de pontos desta licitante.

E ainda que tivesse qualquer erro ou problema na proposta da licitante, a nota não poderia ter sido zerada em qualquer subquesto, já que algumas licitantes, conforme abaixo, apresentaram erros em suas propostas e não tiveram pontuação zerada em qualquer quesito/subquesto.

COMPANY, IMAGINE, LOGOS E FCS

Não usaram valor de tabela cheia dos veículos Jornal A Gazeta e Rádio Gazeta FM, mas sim tabelas negociadas, contrariando o item 8.2.3.4.3 do edital. No caso da Company ainda utilizou valor de tabela negociada também na rádio Vila Real.



FCS Comunicação
+55 65 3028 6911 fcs.com.br

R São Paulo, 110 - Ribeirão da Ponte
78040-585 . Cuiabá . Mato Grosso . Brasil



Tabela negociada Jornal A Gazeta, Gazeta FM e Rádio Vila Real:

Rua Profª Tereza Lobo, 33 - Consil Cuiabá - CEP: 78.048-700 - MT		Rua Profª Tereza Lobo, 30 - Consil Cuiabá - CEP: 78.048-700 - MT		Rua Profª Tereza Lobo, 30 - Consil Cuiabá - CEP: 78.048-700 - MT		Rua Joaquim Marinho, 1456 - B. Centre Cuiabá - CEP: 78.920-830 - MT																																	
TABELA COM PREÇOS NEGOCIADOS DOS VEÍCULOS DO GRUPO GAZETA a partir de JANEIRO/2013																																							
A GAZETA		GAZETA		CULTURA		vilareal																																	
CNPJ: 21.242.023/0001-40 TV GAZETA LTDA Rua Profª Tereza Lobo, 30 - Consil Cuiabá - CEP: 78048-700 - MT		CNPJ: 04.491.958/0001-23 TV RÁDIO BARRA RÁDIO LTDA R. São Paulo, 110 - Ribeirão da Ponte - Cuiabá - MT		CNPJ: 01.889.550/0005-08 RÁDIO SOM DA TERRA LTDA-ME R. São Paulo, 110 - Ribeirão da Ponte - Cuiabá - MT		CNPJ: 03.925.138/0001-90 SOCIEDADE RÁDIO VILA REAL LTDA Rua Profª Tereza Lobo, 30 - Consil Cuiabá - CEP: 78.048-700 - MT																																	
<table border="1"> <thead> <tr> <th>VEÍCULO</th> <th>PREÇO</th> <th>VEÍCULO</th> <th>PREÇO</th> <th>VEÍCULO</th> <th>PREÇO</th> <th>VEÍCULO</th> <th>PREÇO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Carro - Volkswagen - Gol 1.6</td> <td>R\$ 35.000,00</td> </tr> <tr> <td>Carro - Volkswagen - Gol 1.6</td> <td>R\$ 35.000,00</td> </tr> <tr> <td>Carro - Volkswagen - Gol 1.6</td> <td>R\$ 35.000,00</td> </tr> </tbody> </table>								VEÍCULO	PREÇO	VEÍCULO	PREÇO	VEÍCULO	PREÇO	VEÍCULO	PREÇO	Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00	Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00	Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00	Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00	Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00	Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00	Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00	Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00	Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00	Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00	Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00	Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00
VEÍCULO	PREÇO	VEÍCULO	PREÇO	VEÍCULO	PREÇO	VEÍCULO	PREÇO																																
Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00	Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00	Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00	Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00																																
Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00	Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00	Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00	Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00																																
Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00	Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00	Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00	Carro - Volkswagen - Gol 1.6	R\$ 35.000,00																																



FCS Comunicação
+55 65 3028 6911 fcs.com.br

R São Paulo, 110 - Ribeirão da Ponte
78040-585 . Cuiabá . Mato Grosso . Brasil



Tabela correta com valores de Tabela Cheia Gazeta FM:

Tempo	15"	30"	45"	60"	90"
Rotativo	R\$ 424,00	R\$ 617,00	R\$ 1.345,00	R\$ 1.290,00	R\$ 1.994,00
Determinação	R\$ 626,00	R\$ 847,00	R\$ 1.528,00	R\$ 1.696,00	R\$ 2.477,00
Matrícula	R\$ 284,00	R\$ 408,00	R\$ 709,00	R\$ 750,00	R\$ 1.306,00
Eventos	R\$ 194,00	R\$ 909,00	R\$ 1.222,00	R\$ 1.508,00	R\$ 3.311,00

BLITZ LEGAL

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

- 3 chamadas de Blitz de 30 segundos
- 5 flashes comerciais de 15 segundos
- 3 flashes no dia do evento, todos com citação do nome e telefone da empresa
- Opções para aparecer no local do evento
- Contribuições de sua empresa
- BENEFICÍCIOS FISCAIS - 20% das vendas de 30% de desconto

***De acordo com locutor e das promotoras 4 horas de loc. - R\$ 1.887,00 Locutor + Promotoras**
***Investimento - R\$ 16.458,00**

Tempo	15"	30"	45"	60"	90"
Rotativo	R\$ 91,00	R\$ 125,00	R\$ 177,00	R\$ 231,00	R\$ 311,00
Determinado	R\$ 130,00	R\$ 186,00	R\$ 261,00	R\$ 336,00	R\$ 458,00
Testemunhal (Ao vivo)	R\$ 153,00	R\$ 193,00	R\$ 272,00	R\$ 332,00	R\$ 522,00
Flash*	R\$ 408,00 + CACHE DO LOCUTOR				
Eventos/Shows/Festas	R\$ 57,00				

*Flash sujeito à disponibilidade.

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



Comparativo de valores negociados X valores de tabela cheia:

AGÊNCIA	MEIO	VALOR TABELA NEGOCIADA	VALOR TABELA CHEIA	DIFERENÇA
COMPANY	RÁDIO	R\$50.414,00	R\$139.048,00	R\$88.634,00
	JORNAL	R\$18.225,48	R\$138.150,00	R\$119.924,52
	SOMA RÁDIO E JN	R\$68.639,48	R\$277.198,00	R\$208.558,52
IMAGINE	RÁDIO GAZETA FM	R\$4.950,00	R\$30.850,00	R\$25.900,00
	JORNAL A GAZETA	R\$17.524,50	R\$138.150,00	R\$120.625,50
	SOMA RÁDIO E JN	R\$22.474,50	R\$169.000,00	R\$146.525,50
LOGOS	RÁDIO GAZETA FM	R\$10.188,00	R\$22.212,00	R\$12.024,00
	JORNAL A GAZETA	R\$17.524,50	R\$138.150,00	R\$120.626
	SOMA RÁDIO E JN	27.712,50	160.362,00	132.649,50
FCS	RÁDIO GAZETA FM	R\$8.712,00	R\$54.296,00	R\$45.584,00
	JORNAL A GAZETA	R\$35.049,00	R\$276.300,00	R\$241.251
	SOMA RÁDIO E JN	43.761,00	330.596,00	286.835,00

Os erros extrapolam a verba da campanha.

Dessa forma, se tivesse dado tratamento isonômico aos participantes do certame, logo as referidas agências também teriam sido desclassificadas.

DMD, FCS E SOUL

As referidas agências utilizaram diferentes padrões de aplicação da marca da Prefeitura nas suas peças, ou seja, aplicações não previstas no arquivo disponibilizado pela Comissão de Licitação, constando essas aplicações somente no site de referência do briefing, conforme abaixo:



De forma mais detalhada:

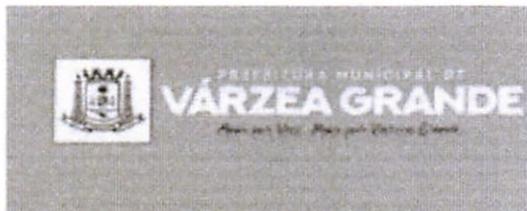
DMD: Uso do brasão em "negativo" ; e nome da Prefeitura e slogan em "negativo" .



FCS: Uso do brasão em vermelho; e nome da Prefeitura e slogan em "negativo" .



Soul: Uso do brasão achatado em peça; uso do brasão em vermelho; nome da Prefeitura em "negativo" ; e slogan em vermelho.





Logo, se a utilização da logomarca diferente da forma como foi fornecida fosse motivo para desclassificação, as propostas da DMD, FCS e Soul também teriam recebido nota zero na Ideia Criativa e, assim, teriam sido desclassificadas ou teriam sido penalizadas com a perda de pontos.

Dessa forma, para garantir tratamento isonômico, ou deve-se considerar a desclassificação de todas as propostas que apresentaram qualquer falha ou descumprimento ao edital ou aplicação da logomarca diferente da fornecida no certame. Ou alternativamente que todas as falhas e descumprimentos do edital sejam penalizadas apenas com perda de pontos, dando tratamento igualitário a todas as licitantes.

A Recorrente TIS alega que os valores apresentados pela Contra-recorrente utilizou valores não praticados pelas empresas de rádio, contudo, a FCS utilizou valores que foram apresentados à ela para a execução do mapa de mídia para o procedimento licitatório em questão.

Do que se vê é que a Recorrente tenta imputar que tal medida atribuiu “vantagem” à Contra-recorrente, na vã tentativa de fazer desconsiderar a proposta da Contra-Recorrente, tentando iludir essa Nobre Comissão relatando que não fora atendido na integralidade o exigido no instrumento convocatório.

Fora realizada todas as medidas pertinentes para a demonstração fática do uso do valor disposto para a campanha, tanto que a Subcomissão Técnica imputou a nota levando-se em consideração o que fora apresentado, bastando visualizar as notas atribuídas à empresa FCS onde notadamente o que se observa é exatamente o contrário, a nota para tal item de avaliação foi menor do que boa parte dos licitantes!!!



Frise-se que tal medida também fora objeto de ataque no procedimento licitatório capitaneado pelo Governo do Estado de Mato Grosso, onde aquela Comissão tomou a seguinte decisão:

g) Do pleito de Desclassificação da FCS Comunicação pela não utilização de preços com tabela cheia e superação do valor definido no Anexo III do edital

Afirmou a Recorrente Genius Propaganda que a FCS Comunicação não teria utilizado os preços de inserções em veículos de divulgação com tabela cheia, desrespeitando regra do edital. Neste sentido, informou que, para o meio de comunicação Rádio (Gazeta), foi utilizado o valor unitário de R\$ 99,00 (noventa e nove reais), o que não consta na tabela de preços padrão do veículo, e que a importância correta de inserção na rádio para a cidade de Cuiabá deveria ser de R\$ 617,00 (seiscentos e dezessete reais).

Que a Recorrida anexou, para as cidades de Tangará da Serra e Barra do Garças, o valor de R\$ 86,00 (oitenta e seis reais) para inserção de rádio, quando o correto seria R\$ 115,00 (cento e quinze reais).

Efetivamente, analisando o item 7.29.1, alínea "a", do edital, denota-se que os valores a serem apresentados pelos licitantes em suas propostas deverá ser o de tabela cheia dos veículos, senão vejamos:

Palácio Paiaaguás Rua Desembargador Carlos Avalone, s/n • Centro Político Administrativo
CEP: 78049-903 • 65 3613 4300 • Cuiabá • Mato Grosso | mt.gov.br

7.29.1. Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação;

Realmente, assiste razão à Recorrente, mas tão somente no que concerne ao teor do edital, tendo em vista que as tabelas de valores vigentes quando da publicação do presente certame e que são praticadas pelas agências de publicidade cadastradas e que possuem contrato com Governo do Estado encontram-se em consonância com aquelas que foram apresentadas pela Recorrida FCS Comunicação.

Desta maneira, não merece prosperar o presente pleito.

Adiante, a Recorrente TIS alega que fora utilizados diferentes padrões de aplicação de marca desta nobre Prefeitura.

Nota-se que fora utilizada a marca em negativo devido a necessidade de melhor visualização da marca em fundo escuro, frise-se que não fora alterada a



disposição dos elementos da construção padrão da marca, razão pela qual, parece-nos tratar de mera ilação da Recorrente.

Assim, o Recurso impetrado pela Recorrente tem o único intuito de tentar atrapalhar os excelentes trabalhos realizados por essa Comissão.

III.4 – ZIAD FARES PUBLICIDADE

A Recorrente apresentou as seguintes alegações:

7. DO VÍCIO INSANÁVEL DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE NÃO JULGAR A PROPOSTA DESTA LICITANTE SOB OS TERMOS PREVISTOS NO EDITAL

O edital é bem claro no papel da Subcomissão Técnica:

“9.2. A Subcomissão Técnica, designada por meio do Portaria nº 002/SECOM/2023, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento dos condições estabelecidos neste Edital e anexos.

9.3. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito.” (grifo nosso)

Ou seja, cabe à Subcomissão Técnica analisar as propostas de Plano de Comunicação Publicitária com base única e exclusivamente nos termos editalícios



previstos nos item 9 do instrumento convocatório – Julgamento das Propostas Técnicas, descritos a seguir:

9.3.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária:

9.3.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

- a) A acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do contratante e do contexto de sua atuação;*
- b) A pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitário identificadas;*
- c) A assertividade demonstrado na análise do desafio de comunicação o ser superado pelo contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.*

9.3.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) A adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;*
- b) A consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;*
- c) As possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do contratante com seus públicos;*
- d) A consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;*
- e) A capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;*
- f) A exequibilidade do Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada o verba referencial.*

9.3.1.3. Subquesito 3 - Ideia Criativa

- a) O alinhamento do componha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;*
- b) A pertinência da solução criativa com a natureza da contratante, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;*
- c) A adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;*
- d) A compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;*
- e) A originalidade da solução criativa e o multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;*
- f) A clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;*
- g) A exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos. com base na verba referencial para investimento.*



Como se mostra, em nenhum termo sobre o julgamento das propostas técnicas descrito no item 9 do edital se dá a possibilidade da Subcomissão Técnica de julgar possível desrespeito ao princípio da impessoalidade. Se realmente houvesse a promoção pessoal de autoridade e/ou servidor público da Administração Municipal, isto deveria sim ser pontuado na ata de julgamento, mas o julgamento dos critérios estabelecidos no edital deveria ser feito.

Mas o que é pior é verificar que não houve sequer tal rito pela Subcomissão Técnica quando se compara as notas das licitantes desclassificadas apresentadas (de forma contrária à Lei) na segunda sessão do certame:

JULGAMENTO ENVELOPE 1 (CLASSIFICADAS)					IDENTIFICAÇÃO DAS AGÊNCIAS
CAMPANHA	JULG. 1	JULG. 2	JULG. 3	MÉDIA	
VARZEIRA GRANDE É ONDE CABEM TODOS OS SONHOS	44,0	44,0	41,0	43,0	NOVA SB COMUNICAÇÃO S.A.
É A VEZ DE VG	49,5	49,0	49,0	49,2	DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA PROPAGANDA LTDA
VIVA A GENTE	54,0	53,5	53,0	53,5	COMPANY COMUNICAÇÃO LTDA
VG PRA FRENTE, VC COM A GENTE	40,0	39,5	37,5	39,0	FCS COMUNICAÇÃO S.A.
PARABÉNS VG, GRANDE NO NOME, GIGANTE NO DESENVOLVIMENTO	34,5	36,5	35,5	35,5	LOGOS PROPAGANDA LTDA
TRANSFORMA VG, PENSANDO EM VC	33,5	35,5	37,0	35,3	J.V. FERMINO DA SILVA - IMAGINE PROPAGANDA
VENHA VER VG	29,0	27,0	27,0	27,7	SOUL PROPAGANDA FIRELLI
DESCLASSIFICADAS					
MAIS VC / MAIS VG	20,5	23,5	26,0	23,33	AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, PROPAGANDA E STARTUP GC LTDA EPP
DO TAMANHO DO AMOR DE NOSSA GENTE	13,0	15,0	15,5	14,50	CRIANÇAS COMUNICAÇÃO LTDA EPP
VG NO PIQUE	1,0	1,00	1,00	1,00	ZIAD A. FARES PUBLICIDADE
DESENVOLVER É CRESCER JUNTO COM VOCÊ	24,5	26,5	25,0	25,33	TIS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA
MAIS TRABALHO, MAIS AVANÇO	2,0	1,5	2,0	1,83	CASA D IDEIAS
É VG VIVA EM NÓS	25,0	23,5	25,5	24,66	LUIZ G. RODRIGUES JUNIOR - GENIUS

Para todas as agências desclassificadas, seguiu-se os termos previstos no edital, inclusive o exame comparativo previsto no item 9.5:

9.5. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta e aos critérios de julgamento técnico estabelecidos neste Termo de Referência. (grifo nosso)

Verificando a planilha de notas e a justificativa apresentada pela Subcomissão Técnica, fica claro isso não foi feito com a proposta desta licitante, conforme relatado nas justificativas das planilhas de julgamento dos membros:

SUBQUESITOS	NOTA
I. Raciocínio Básico	0,0
II. Estratégias de Comunicação Publicitária	0,0
III. Ideia Criativa	0,0

O fato das peças estarem voltadas para a gestão atual impossibilitam o plano apresentado

SUBQUESITOS	NOTA	JUSTIFICATIVAS
I. Raciocínio Básico	0,0	O texto ficou voltado para atuações da atual gestão, desrespeitando o princípio da impessoalidade na comunicação institucional.
II. Estratégias de Comunicação Publicitária	0,0	Mostrou desconhecimento do briefing ao citar que deve divulgar ações da gestão atual. Mais uma vez descumprindo o princípio da impessoalidade.
III. Ideia Criativa	0,0	Peças voltadas para a gestão atual e não para a administração pública.

Mais grave ainda, nos casos das agências FCS, Logos, Imagine e Soul, não houve a justificativa prevista no edital no itens 9.9 e 9.10:

9.9. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre o maior e a menor pontuação for superior o 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio dos pontuações atribuídos, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Termo de Referência.

9.1.0. Persistindo a diferença de pontuação previsto após o reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores dos

pontuações considerados destoantes, deverão registrar em ato os razões que os levaram a manter o pontuação atribuído ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinado por todos os membros do Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação. (grifo nosso)

Tal procedimento é reforçado pela Lei 12.232/2010:

"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;"

Mas, mesmo diante da diferença de 20% entre as pontuações, a Subcomissão Técnica se absteve de atender o item 9.10 de registrar as razões de se manter a pontuação atribuída aos quesitos e subquesitos reavaliados, ou seja, a prova de que não houve a reavaliação e atendimento ao edital e à Lei.

As desclassificações realizadas pela Subcomissão Técnica também desobedecem o edital, que estabelece que:

"9.11. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das seguintes situações:

- a) Apresentar qualquer informação, marco, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do "Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada", antes do abertura do Invólucro nº 2;*
- b) Não alcançar, no total, 70 (setenta) pontos;*
- e) Obter pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.*

9.12. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência."

Mais uma vez, se comprova que a Subcomissão Técnica, além de não realizar o julgamento desta proponente, realizou juízo de valor destoante dos termos do edital, visto que a sua justificativa não aponta quais as exigências editalícias não atendidas, causando prejuízo irreparável a esta licitante.

Muito embora o Recorrente tenha atacado a forma de avaliação da Subcomissão e não diretamente esta Contra-Recorrente, aqui calha-nos tecermos algumas considerações.

Aqui parece-nos haver um erro de interpretação, que insistentemente nos procedimentos análogos ao que ora está sendo combatido, apenas e tão somente tentam imputar de vícios ao processo dada a situação em que os autos se encontram.



A regra legal determina que quando da avaliação de cada uma da empresa, se for constada divergência de notas entre os julgadores, as mesmas deverão ser reavaliadas.

Aqui está o erro de entendimento do Recorrente, a lei determina a reavaliação de notas imputadas para cada uma das empresas individualmente, para que não haja disparidade entre os julgadores, evitando-se, por exemplo, que apenas um tenha dado uma nota extremamente inferior para prejudicar aquele licitante em específico.

Aliás, exigir que a diferença de notas entre Empresas seja inferior fere, de morte, o Princípio da Isonomia, uma vez que, por exemplo, uma empresa não apresente uma campanha crível, terá sua nota aumentada haja vista a sua baixa capacidade, e pior, o que consegui demonstrar uma excelente nota.

A nota alcançada pela Contra-Recorrente foi fruto do atendimento retilíneo do exigido no edital, bem como à apresentação da melhor campanha com base no briefing apresentado.

Jogar por terra a excelente proposta apresentada pela FCS, bem como tentar amoldar à consequência das notas não alcançada pelas demais à uma possível quebra do Princípio da Isonomia, chega a ser fantasioso e que deve ser rechaçado.

A Isonomia foi lididamente atendida quando esta Comissão de Licitação, com base no apresentado pela Subcomissão Técnica conquanto as notas alcançadas exclusivamente com base nas propostas em consonância ao edital apresentado!

Assim sendo, as alegações veladas à FCS por parte da Recorrente ZF não devem prosperar, momento em que, mais uma vez, relatamos que não foram feitas qualquer consideração dos ataques proferidos à condução do certame por esta Comissão de Licitação.

IV – REQUERIMENTO

Face ao exposto, requer:



- 1) Que seja recebido o presente Razões de CONTRA-RECURSO;
- 2) Que sejam feitas as diligências para, caso queira, corroborar as informações prestadas na presente peça;
- 3) Que sejam acatadas as alegações do presente, conquanto aos ataques formulados à Contra-Recorrente;
- 4) Que sejam analisados e julgados os baixos ataques feitos à Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande/MT;
- 5) Que seja dado prosseguimento no procedimento licitatório.

Nestes Termos

Pede Deferimento

Cuiabá(MT), 24 de agosto de 2023.

JOSE GOMES
DE
OLIVEIRA:44225
210715

Assinado de forma
digital por JOSE GOMES
DE
OLIVEIRA:44225210715
Dados: 2023.08.24
13:26:32 -04'00'

JOSÉ GOMES DE OLIVEIRA
DIRETOR FINANCEIRO
FCS COMUNICAÇÃO S/A
CNPJ 03.076.463/0001-25



INSTRUMENTO PARTICULAR DE CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS E OUTRAS AVENÇAS.

Pelo presente instrumento particular de Contrato de Prestação de Serviços Técnicos, celebrado, de um lado, pela Empresa **FCS COMUNICAÇÃO S/A.**, inscrita no CNPJ/MF sob nº 03.076.463/0001-25, com sede na Rua São Paulo, 110, Bairro Ribeirão do Lipa - Cuiabá – MT, neste ato representada pelo Sr. José Gomes de Oliveira, brasileiro, casado, empresário, portador do CPF nº 442.252.107-15 e do RG nº 2.936.110 IFP/RJ, doravante denominada CONTRATANTE e, de outro lado a **Empresa MARCOS VINÍCIUS GARBIN**, com nome fantasia **LOGOGRAMA BRANDING + DESIGN**, CNPJ 46.058.888/0001-14 com sede situada à R P (Lote Miguel Sutil), número 300, quadra 7 Lote 13, Bairro Alvorada, Cuiabá – MT, neste ato representada por Marcos Vinícius Garbin, brasileiro, solteiro, empresário, portador do CPF nº 007.876.971-9, doravante denominada CONTRATADA, firmam este contrato regido pelas cláusulas a seguir.

Cláusula Primeira:

O objeto do presente Contrato, em caráter oneroso, universal, definitivo, irrevogável, irretratável e irrestrito, sem qualquer limitação de território, é a de atuar na Direção de Arte no Departamento Criativo da Contratante, com as seguintes atribuições:

- 1) *Participação na implementação e acompanhamento da estratégia da equipe da área de criação da contratante;*
- 2) *Participação na Criação de Layouts das Campanhas e Materiais de Comunicação da contratante;*

Cláusula Segunda:

A Contratada deverá cumprir suas atribuições designadas nos Planos de Trabalho e Produção de Serviços sob orientação técnica da Contratante, cumprindo todos os prazos e exigências estipulados, através dos cronogramas de produção e demais necessidades, reelaborando-os se necessário, cumprindo com todas as obrigações fiscais, trabalhistas e previdenciárias, inclusive eventuais demandas judiciais relativas a terceiros a ela associados direta ou indiretamente.

Cláusula Terceira:

O presente Contrato de Prestação de Serviços terá validade de 01 (hum) ano e vigorará durante o período de **01/02/2023** até o dia **31/01/2024**.



Cláusula Quarta:

A contratada fará jus ao pagamento mínimo de R\$36.000,00 (trinta e seis mil reais) em sua totalidade a título de remuneração pelos serviços prestados, através de Notas Fiscais de emissão da Contratada, divididos em 12 (doze) parcelas de R\$3.000,00 (três mil reais) mensais pagas pela Contratante nos primeiros 15 (quinze) dias dos meses subsequentes a prestação dos serviços.

Parágrafo Primeiro: As parcelas relacionadas acima, poderão sofrer acréscimos com base na planilha de premiação, que irá vigorar quando as metas mensais de recebimentos, estipuladas pela Contratante, forem atingidas.

Parágrafo Segundo: O preço inclui a mão-de-obra, bem como todos os materiais, tributos e encargos incidentes sobre os Serviços.

Parágrafo Terceiro: O pagamento pelos serviços prestados será efetuado mediante crédito bancário identificado junto ao Nu Bank S/A, agência 0001, conta corrente nº 46.176.785-6.

Cláusula Quinta - Retenção de Tributos

Procederá a Contratante à retenção de todos os tributos e contribuições determinados pela Legislação Tributária, incidentes sobre o valor da fatura de prestação de serviços. De outro lado, obriga-se a Contratada a efetuar o pagamento de todos os impostos relativos ao exercício de sua atividade, de acordo com a legislação em vigor.

Cláusula Sexta:

A Contratante fornecerá com antecedência todas as informações relacionadas a condições, prazos, horários e datas para a prestação de serviços pela Contratada, devendo acompanhar, analisar e aprovar os serviços finalizados, solicitando que sejam refeitos, se necessário. A Contratante deverá, ainda, efetuar pontualmente os pagamentos referentes aos serviços à Contratada que deverá repassar, se for o caso, os valores devidos aos profissionais por ela contratados.

Cláusula sétima:

A Contratada reconhece que a Contratante é a única titular de todos os direitos patrimoniais autorais sobre as peças e/ou campanhas publicitárias, e também proprietária, com exclusividade, dos originais, negativos, cópias e de todo o material gerado para a produção, e se compromete a jamais utilizar os trabalhos realizados em benefício próprio ou de terceiros, sem autorização prévia e expressa da Contratante. Os registros das peças e/ou campanhas publicitárias serão efetuados em nome da Contratante, comprometendo-se, a Contratada e os profissionais envolvidos, a contribuir no que for necessário para sua efetivação.

Cláusula oitava:



É obrigatório o sigilo por parte da Contratada e dos profissionais por ela envolvidos na peças e/ou campanhas publicitárias, acerca das informações confidenciais e privilegiadas de titularidade da Contratante ou terceiros a ela associados referentes a clientes, produtos e procedimentos internos, informações relacionadas à criação, pré-produção, produção, pós-produção, orçamentos, execução e plano de negócio dos trabalhos. Desta forma, o roteiro, os materiais de divulgação e a obra não poderão ser utilizados e divulgados, no Brasil e no exterior pela Contratada e pelos profissionais por ela envolvidos, salvo mediante autorização prévia da Contratante.

Cláusula nona:

O presente Contrato poderá ser rescindido por qualquer uma das partes, desde que haja a comunicação formal no prazo mínimo de 30 (trinta) dias, anteriores ao debrato.

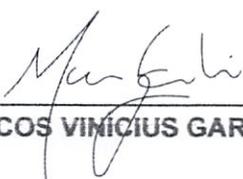
Cláusula décima:

As controvérsias originadas do presente contrato serão resolvidas de acordo com a legislação em vigor, ficando eleito entre as partes o Foro da Comarca de Cuiabá/MT para dirimir eventuais litígios acerca do contrato, podendo ser resolvidos, também, por meio de procedimento arbitral. E por estarem justos e contratados, subscrevem o presente em três vias de igual teor e forma, na presença de 2 (duas) testemunhas.

Cuiabá, 01 de fevereiro de 2023.



FCS COMUNICAÇÃO S/A



MARCOS VINICIUS GARBIN

Testemunhas:

1)

Nome:

CPF:

2)

Nome:

CPF:

Dados da transação

ID/Transação: E36900256202302031657292451
1765
Valor do Pix: R\$ 1.500,00
Data da transferência: 03/02/2023
Data/Hora da operação: 03/02/2023 13:58:24
Descrição:
Salario

Dados do recebedor

Instituição: BCO DO BRASIL S.A.
Nome: MARCOS VINICIUS GARBIN
CPF/CNPJ: ***.876.971-**

Dados do pagador

Instituição: CCM MED EMP MT
Nome: FCS COMUNICACAO S A
CPF/CNPJ: **.76.463/0001-**

CENTRAL DE RELACIONAMENTO

Capitais e regiões metropolitanas 3003 7703

Demais regiões 0800 200 7302

No exterior +55 11 3003 7703

SAC 0800 647 2930

OUVIDORIA 0800 940 0602

Dados da transação

ID/Transação: E36900256202302141254035544
1893
Valor do Pix: R\$ 1.500,00
Data da transferência: 14/02/2023
Data/Hora da operação: 14/02/2023 09:57:33
Descrição:
Salario

Dados do recebedor

Instituição: BCO DO BRASIL S.A.
Nome: MARCOS VINICIUS GARBIN
CPF/CNPJ: ***.876.971-**

Dados do pagador

Instituição: CCM MED EMP MT
Nome: FCS COMUNICACAO S A
CPF/CNPJ: **.76.463/0001-**

CENTRAL DE RELACIONAMENTO

Capitais e regiões metropolitanas 3003 7703

Demais regiões 0800 200 7302

No exterior +55 11 3003 7703

SAC 0800 647 2930

OUVIDORIA 0800 940 0602

Dados da transação

ID/Transação: E36900256202303072107202661
0979

Valor do Pix: R\$ 1.500,00

Data da transferência: 07/03/2023

Data/Hora da operação: 07/03/2023 18:18:45

Descrição:

Servicos prestados

Dados do recebedor

Instituição: BCO DO BRASIL S.A.

Nome: MARCOS VINICIUS GARBIN

CPF/CNPJ: ***.876.971-**

Dados do pagador

Instituição: CCM MED EMP MT

Nome: FCS COMUNICACAO S A

CPF/CNPJ: **.76.463/0001-**

CENTRAL DE RELACIONAMENTO

Capitais e regiões metropolitanas 3003 7703

Demais regiões 0800 200 7302

No exterior +55 11 3003 7703

SAC 0800 647 2930

OUVIDORIA 0800 940 0602

Dados da transação

ID/Transação: E36900256202303131735306827
8955
Valor do Pix: R\$ 1.500,00
Data da transferência: 13/03/2023
Data/Hora da operação: 13/03/2023 14:35:40
Descrição:
Prestacao de servico

Dados do recebedor

Instituição: BCO DO BRASIL S.A.
Nome: MARCOS VINICIUS GARBIN
CPF/CNPJ: ***.876.971-**

Dados do pagador

Instituição: CCM MED EMP MT
Nome: FCS COMUNICACAO S A
CPF/CNPJ: **.76.463/0001-**

CENTRAL DE RELACIONAMENTO

Capitais e regiões metropolitanas 3003 7703

Demais regiões 0800 200 7302

No exterior +55 11 3003 7703

SAC 0800 647 2930

OUVIDORIA 0800 940 0602

Dados da transação

ID/Transação: E36900256202304061231191259
2095
Valor do Pix: R\$ 1.500,00
Data da transferência: 06/04/2023
Data/Hora da operação: 06/04/2023 09:35:56
Descrição:
Prestacao de servicos

Dados do recebedor

Instituição: BCO DO BRASIL S.A.
Nome: MARCOS VINICIUS GARBIN
CPF/CNPJ: ***.876.971-**

Dados do pagador

Instituição: CCM MED EMP MT
Nome: FCS COMUNICACAO S A
CPF/CNPJ: **.76.463/0001-**

CENTRAL DE RELACIONAMENTO

Capitais e regiões metropolitanas 3003 7703

Demais regiões 0800 200 7302

No exterior +55 11 3003 7703

SAC 0800 647 2930

OUVIDORIA 0800 940 0602

Dados da transação

ID/Transação: E36900256202304141703048421
2638
Valor do Pix: R\$ 1.500,00
Data da transferência: 14/04/2023
Data/Hora da operação: 14/04/2023 14:08:18
Descrição:
Prestacao de servico

Dados do recebedor

Instituição: BCO DO BRASIL S.A.
Nome: MARCOS VINICIUS GARBIN
CPF/CNPJ: ***.876.971-**

Dados do pagador

Instituição: CCM MED EMP MT
Nome: FCS COMUNICACAO S A
CPF/CNPJ: **.76.463/0001-**

CENTRAL DE RELACIONAMENTO

Capitais e regiões metropolitanas 3003 7703

Demais regiões 0800 200 7302

No exterior +55 11 3003 7703

SAC 0800 647 2930

OUIDORIA 0800 940 0602

Dados da transação

ID/Transação: E36900256202305102123314007
2044

Valor do Pix: R\$ 1.500,00

Data da transferência: 10/05/2023

Data/Hora da operação: 10/05/2023 18:36:30

Descrição:

Prestacao de servico

Dados do recebedor

Instituição: BCO DO BRASIL S.A.

Nome: MARCOS VINICIUS GARBIN

CPF/CNPJ: ***.876.971-**

Dados do pagador

Instituição: CCM MED EMP MT

Nome: FCS COMUNICACAO S A

CPF/CNPJ: **.76.463/0001-**

CENTRAL DE RELACIONAMENTO

Capitais e regiões metropolitanas 3003 7703

Demais regiões 0800 200 7302

No exterior +55 11 3003 7703

SAC 0800 647 2930

OUVIDORIA 0800 940 0602

Dados da transação

ID/Transação: E36900256202305151930175093
9154
Valor do Pix: R\$ 1.440,00
Data da transferência: 15/05/2023
Data/Hora da operação: 15/05/2023 16:36:57
Descrição:
Prestacao de servicos

Dados do recebedor

Instituição: BCO DO BRASIL S.A.
Nome: MARCOS VINICIUS GARBIN
CPF/CNPJ: ***.876.971-**

Dados do pagador

Instituição: CCM MED EMP MT
Nome: FCS COMUNICACAO S A
CPF/CNPJ: **.76.463/0001-**

CENTRAL DE RELACIONAMENTO

Capitais e regiões metropolitanas 3003 7703

Demais regiões 0800 200 7302

No exterior +55 11 3003 7703

SAC 0800 647 2930

OUVIDORIA 0800 940 0602

Dados da transação

ID/Transação: E36900256202306072027250804
2535

Valor do Pix: R\$ 2.940,00

Data da transferência: 07/06/2023

Data/Hora da operação: 07/06/2023 17:41:23

Descrição:

Prestacao de servicos

Dados do recebedor

Instituição: BCO DO BRASIL S.A.

Nome: MARCOS VINICIUS GARBIN

CPF/CNPJ: ***.876.971-**

Dados do pagador

Instituição: CCM MED EMP MT

Nome: FCS COMUNICACAO S A

CPF/CNPJ: **.76.463/0001-**

CENTRAL DE RELACIONAMENTO

Capitais e regiões metropolitanas 3003 7703

Demais regiões 0800 200 7302

No exterior +55 11 3003 7703

SAC 0800 647 2930

OUVIDORIA 0800 940 0602

Dados da transação

ID/Transação: E36900256202307071204468413
0969
Valor do Pix: R\$ 1.470,00
Data da transferência: 07/07/2023
Data/Hora da operação: 07/07/2023 09:12:46
Descrição:
Prestacao de servicos

Dados do recebedor

Instituição: BCO DO BRASIL S.A.
Nome: MARCOS VINICIUS GARBIN
CPF/CNPJ: ***.876.971-**

Dados do pagador

Instituição: CCM MED EMP MT
Nome: FCS COMUNICACAO S A
CPF/CNPJ: **.76.463/0001-**

CENTRAL DE RELACIONAMENTO

Capitais e regiões metropolitanas 3003 7703

Demais regiões 0800 200 7302

No exterior +55 11 3003 7703

SAC 0800 647 2930

OUVIDORIA 0800 940 0602

Dados da transação

ID/Transação: E36900256202307121331027750
6680
Valor do Pix: R\$ 1.470,00
Data da transferência: 12/07/2023
Data/Hora da operação: 12/07/2023 10:42:54
Descrição:
Prestacao de servicos

Dados do recebedor

Instituição: BCO DO BRASIL S.A.
Nome: MARCOS VINICIUS GARBIN
CPF/CNPJ: ***.876.971-**

Dados do pagador

Instituição: CCM MED EMP MT
Nome: FCS COMUNICACAO S A
CPF/CNPJ: **.76.463/0001-**

CENTRAL DE RELACIONAMENTO

Capitais e regiões metropolitanas 3003 7703

Demais regiões 0800 200 7302

No exterior +55 11 3003 7703

SAC 0800 647 2930

OUVIDORIA 0800 940 0602

Dados da transação

ID/Transação: E36900256202308112022065849
0150
Valor do Pix: R\$ 2.940,00
Data da transferência: 11/08/2023
Data/Hora da operação: 11/08/2023 17:29:52
Descrição:
Prestacao de servicos

Dados do recebedor

Instituição: BCO DO BRASIL S.A.
Nome: MARCOS VINICIUS GARBIN
CPF/CNPJ: ***.876.971-**

Dados do pagador

Instituição: CCM MED EMP MT
Nome: FCS COMUNICACAO S A
CPF/CNPJ: **.76.463/0001-**

CENTRAL DE RELACIONAMENTO

Capitais e regiões metropolitanas 3003 7703

Demais regiões 0800 200 7302

No exterior +55 11 3003 7703

SAC 0800 647 2930

OUVIDORIA 0800 940 0602



PREFEITURA MUNICIPAL DE
VÁRZEA GRANDE
Mais por Você. Mais por Várzea Grande.



DATA: 24/08/2023 **HORA:** 15:34 **Nº PROCESSO:** 910554/23

REQUERENTE: FCS COMUNICACAO S/A

CPF/CNPJ: 03076463000125

ENDEREÇO: RUA SÃO PAULO,110 - RIBEIRAO DA PONTE - CUIABÁ/MT.

TELEFONE: 6530286911

DESTINO: PREFEITURA DE VÁRZEA GRANDE - SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO - SETOR DE PROTOCOLO / CENTRAL DE ATENDIMENTO

LOCAL ATUAL: PREFEITURA DE VÁRZEA GRANDE - SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO - SETOR DE PROTOCOLO / CENTRAL DE ATENDIMENTO

ASSUNTO/MOTIVO:

ENCAMINHA CONTRA RECURSO REF. A CONCORRENCIA N.01/2023 - PROCESSO ADMINISTRATIVO N.779972/2022. CONFORME ANEXO.

OBSERVAÇÃO:

....

FCS COMUNICACAO S/A

Karine da Silva Leite Moraes
Prefeitura de Várzea Grande
Matricula 86897

KARINE DA SILVA LEITE MORAES

Informações sobre o andamento do processo, somente, poderão ser fornecidas mediante recibo.



PREFEITURA MUNICIPAL DE
VÁRZEA GRANDE
Mais por Você. Mais por Várzea Grande.



Nr. Remessa: 00769905

Data Remessa: 2023-08-24

Hora: 15:36

Enviado Por: KARINE DA SILVA LEITE MORAES

Destino: SUPERINTENDENCIA DE LICITAÇÃO
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
PREFEITURA DE VÁRZEA GRANDE

Observação: SEGUE PARA CONHECIMENTO E PROVIDENCIAS.

Nr Processo
00910554/23

Requerente
FCS COMUNICACAO S/A

Tipo Documento
RECURSO

Assinatura Recebimento

24/03/2023: 15:45h

Karine da Silva Leite Moraes
Prefeitura de Várzea Grande
Matricula 86877

Assinatura Envio