

**PREFEITURA MUNICIPAL DE VÁRZEA GRANDE/MT**  
**Comissão Especial de Licitação**

Concorrência pública nº 03/2017

**CASA D'IDEIAS MARKETING E PROPAGANDA LTDA**

**EPP**, pessoa jurídica de direito privado inscrita no CNPJ sob o nº 86.739.547/0001-29, com sede na Avenida Miguel Sutil, 2625, 15º andar, Jardim Cuiabá/MT, neste ato representada por sua procuradora, devidamente habilitada, vem respeitosamente a presença de Vossas Senhorias, nos termos do edital, apresentar contrarrazões ao RECURSO ADMINISTRATIVO interposto por Soul Propaganda Ltda., o que faz com supedâneo nas seguintes razões:

**I - DA ARGUIÇÃO DA LICITANTE**

No que tange especificamente a peticionária, depreende-se que a recorrente SOUL almeja a sua desclassificação ao argumento de que haveria apresentado proposta comercial em desconformidade com as exigências do edital, notadamente no que tange a estratégia de mídia e não mídia que encontrar-se-ia com erros de cálculo de valores de veiculação.

Ademais, alegou ainda que no quesito ideia criativa, a peticionária em um *storyboard* para Tv, teria feito constar, no fechamento, uma data de adesão à campanha anterior à data da veiculação.

**II - DA DEFESA**

**II.I - Preliminarmente - Da intempestividade do recurso**



Conforme bem asseverado pela recorrente SOUL, no dia 14/08/2017 a Prefeitura Municipal de Várzea Grande publicou comunicado acerca da prorrogação do prazo para interposição de recursos, noticiando que o prazo fatal para as licitantes se insurgirem quanto a decisão da comissão especial de licitação seria o dia 21/08/2017.

Destarte, colhe-se do recurso manejado pela licitante SOUL, que fora protocolizado no dia 22/08/2017, portanto, flagrantemente intempestiva a irresignação.

MARÇAL JUSTEN FILHO, em Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, 17ª ed., revista dos tribunais, pag. 1.423/1.424, diz: “O cabimento do recurso administrativo sujeita-se à presença de determinados pressupostos. Sem esses pressupostos, nem se chega a apreciar o mérito da questão. (...) Os pressupostos subjetivos são a legitimidade e o interesse recursal, Os pressupostos objetivos são a existência de um ato administrativo de cunho decisório, a tempestividade, a forma escrita a fundamentação e o pedido de nova decisão”.

Nesta senda, por ser a tempestividade um requisito de admissibilidade intransponível, o expediente recursal da licitante SOUL Propaganda Ltda. deve ser não conhecido/rejeitado, diante da inobservância do prazo para a sua interposição.

II.II – Da ausência de desconformidade a ensejar a desclassificação da CASA D'IDEIAS – Da utilização de tabela Estadual para composição de preços – Da inexistência de erro à gerar diferença no valor quantificado na proposta

*J. Filho*

No que tange a alegação de que a proposta comercial da CASA se encontraria em desconformidade com as exigências do edital no que tange a estratégia de mídia e não mídia, que encontrar-se-ia com erros de cálculo de valores de veiculação, aludida arguição não prospera na medida em que os preços constantes da planilha se subsidiaram na tabela do SINAPRO (estadual), em consonância com o edital, e não em tabela nacional, nos moldes calculados pela recorrente.

Colhe-se do edital, nos itens 16 e 16.4.3, que a proposta de preços deveria contemplar a remuneração das agências com base na tabela de custos internos do sindicato das agências de propaganda do **Estado de Mato Grosso**, senão vejamos:

*16. VALORES REFERENCIAIS DE MERCADO*

*16.1. Considera-se como valores referenciais de mercado a tabela de custos internos de Agência de Publicidade, fornecida pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Mato Grosso (SINAPRO).*

*16.4.3. Pelos valores constantes da Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agendas de Propaganda do Estado de Mato Grosso.*

O edital, também foi intelectivo quando previu no item 10.4 subitem "a" que o plano de distribuição observasse os preços de inserção considerando a tabela cheia vigentes na data de publicação do aviso do edital deste certame licitatório, senão vejamos:

*10.4. A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:*

*a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;*



Partindo dessas premissas, a CASA utilizou-se da tabela do SINAPRO para composição da proposta, ao contrário das demais licitantes, que utilizando da tabela nacional do grupo gazeta de Comunicação, contrariaram o edital e apresentaram proposta com custo superior ao apresentado pela licitante Casa D'Ideias Marketing e Propaganda Ltda EPP.

Ademais, a aquisição de mídia estadual ao preço constante de tabela nacional, nos moldes propostos pela licitante Soul, se revela mais oneroso aos cofres do município, que terá com o orçamento contingenciado, menos publicidade e propaganda.

Aliás, a utilização de tabela nacional contraria o item 18.4.4, senão vejamos:

*18.4.4. Pelos valores constantes da Tabela de custos internos do sindicato das agencias de propaganda do Estado de Mato Grosso;*

Assim, o raciocínio da recorrente é contrário ao princípio da economicidade, na medida em que não pondera o binômio investimento e eficiência da prestação dos serviços.

O dever da administração pública adotar a escolha mais eficiente para a exploração dos recursos econômicos de forma singular se manifesta MARÇAL JUSTEN FILHO, em Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, 17ª ed., revista dos tribunais, pag. 97, que diz: *“Existe um dever de a administração pública adotar a escolha mais eficiente para a exploração dos recursos econômicos de sua titularidade. Portanto, e como regra, a licitação visa a obter a solução contratual economicamente mais vantajosa para a administração.*



E continua: "O estado dispõe de recursos limitados para custeio de suas atividades e realização de investimentos. Portanto, a vantagem para o estado se configura com a solução que assegure os maiores benefícios para a aplicação de seus recursos econômico-financeiros. (...) Há necessidade de ponderar as finalidades buscadas e determinar a solução mais compatível com a eficiência econômica".

Exatamente por isso é que a economicidade foi critério de julgamento com que se preocupou a administração pública municipal no item 15 do edital, senão vejamos:

15.2. O julgamento das Propostas Técnicas será realizada por Subcomissão Técnica que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

I. Plano de Comunicação Publicitária

C) Estratégia de Mídia e não Mídia.

V. Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material; (Grifo nosso)

O princípio da economicidade foi expressamente previsto pelo legislador constituinte no artigo 70 da CF/88 e representa, em síntese, a **promoção de resultados esperados com o menor custo possível**, ou seja, é a união da qualidade, celeridade e menor custo na prestação do serviço ou no trato com os bens públicos.

Desta forma, a arguição da recorrente não se sustenta, porquanto apenas a Casa D'Ideias se preocupou com a gestão eficiente dos recursos públicos, se adequando a exigência da economicidade contida no edital, ao utilizar-se de tabela do SINAPRO estadual, para composição dos preços de sua proposta.

Assim, a CASA utilizou-se a tabela cheia de nível Estadual e competente às agências de publicidade dentro do Estado de Mato Grosso, tabela essa pertencente ao Grupo Gazeta de comunicação.



Ademais, para fulminar a arguição da recorrente de que haveria equívoco nos valores da planilha da CASA, em anexo segue a tabela utilizada pela recorrida (CASA), documento este carimbado e assinado em e-mail enviado pelo Grupo Gazeta, demonstrando, pois, sobremaneira a correção dos valores e planilhas utilizadas pela CASA.

Nesta senda, a alegação de que haveria erros de cálculo nos valores de veiculação é completamente divorciada da realidade, pois, a premissa da conclusão da recorrente é a utilização da tabela nacional enquanto que a Casa D'Ideias se utilizou, como já dito, de tabela estadual (SINAPRO) para composição dos preços das veiculações, não havendo que se falar em erros, e menos ainda, de que sua proposta ultrapassaria o orçamento da verba destinada a presente licitação.

### II.III – Da ausência de desconformidade a ensejar a desclassificação da CASA D'IDEIAS – Do período da campanha (Maio)

A recorrente alega que a CASA desrespeitou o edital ao considerar em sua campanha um *storyboard* para TV com prazo de março enquanto que o correto seria maio.

Inobstante a alegação, certo é que o conjunto de peças publicitárias da CASA, tais como o jingle, o folder, o anúncio de jornal, encontram-se com o período de Maio, de modo que exclusivamente no *storyboard* para TV houve um erro de natureza formal no preenchimento do campo, que, portanto, não deve implicar na exclusão da licitante CASA do certame, nos moldes pretendidos pela Recorrente. Muito pelo contrário, constatado o erro em apenas uma peça do licitante, deve a Administração franquear o seu saneamento, possibilitando, assim, o ajuste que evidentemente não resultará na modificação ou majoração do valor total da proposta apresentada pelo licitante.



Ademais disso, aspectos puramente formais nos documentos de habilitação e/ou nas propostas, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo da concorrência, devem ser relevados pela comissão de licitação, como é o caso da licitante, que apresentou todas as suas peças regularmente conforme exige o edital, a exceção de uma que constou com erro de digitação.

No caso concreto, importante mencionar que a peça em que consta o erro formal trata-se de mero *layout*, portanto, aludida informação não desaproveita ou influencia no pensamento estratégico da ideia criativa proposta.

Ora, o referido erro formal não vicia e nem torna inválido o documento, já que o fato de ter sido produzido com o mês diferente do exigido, não lhe retira o objetivo ou a finalidade essencial que alcançou, de modo que deve ser reputado válido.

Isso se diz, pois, segundo o princípio da instrumentalidade considerar-se-á válido um documento que, embora produzido de forma diferente da exigida, ainda assim, atingir a finalidade pretendida.

Ao arremate, é consabido que o apego ao rigorismo formal afronta o princípio da razoabilidade e a finalidade do processo de licitação, que é a contratação mais vantajosa à Administração, conforme preceitua o artigo 3º da Lei 8.666/1993.

Portanto, as formalidades inerentes ao processo licitatório devem ser cumpridas em atenção aos princípios da razoabilidade, da proporcionalidade e do interesse público, de modo que o mero vício formal em uma das peças da recorrida, como apontado pela Licitante recorrente, é questão passível de correção sem ofensa à isonomia entre os demais licitantes.

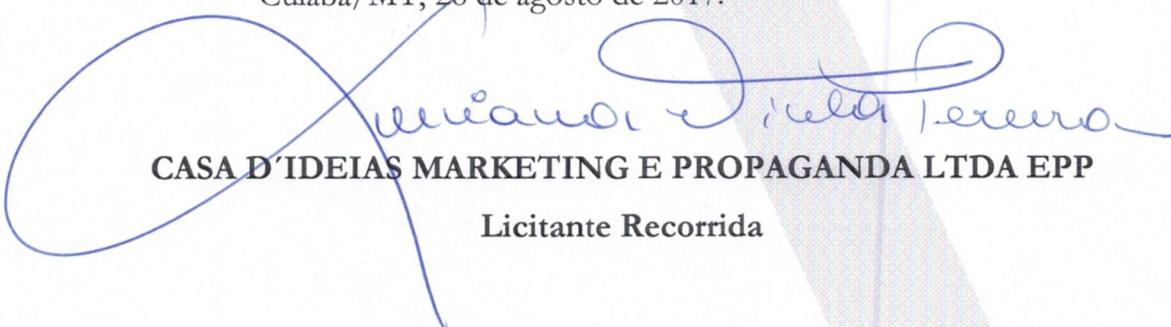
*Julio*

### III – DO PEDIDO

Por todo o exposto, é a presente para requerer, se digne Vossa Senhoria, em rejeitar o recurso da licitante Soul Propaganda Ltda., porquanto intempestivo, ou, ainda, no que tangem os seus argumentos, ante a manifesta improcedência.

Nestes Termos, Pede Deferimento.

Cuiabá/MT, 28 de agosto de 2017.

  
**CASA D'IDEIAS MARKETING E PROPAGANDA LTDA EPP**

**Licitante Recorrida**

**Assunto:** RES: licitação VG - mais recursos ADM. publicados

**De:** "Pamela" <pamela@casadideias.com.br>

**Data:** 28/08/2017 09:57

**Para:** "'Ricardo Turbino'" <ricardo@moreshchiturbino.com.br>, "'Luciana'" <atendimento3@casadideias.com.br>

**CC:** 'João Moreschi' <joao@moreshchiturbino.com.br>, "'Lideres'" <lideres@casadideias.com.br>, "'Crispim Brasil'" <crispimbrasil@casadideias.com.br>, "'Darci Brasil'" <darci brasil@casadideias.com.br>, "'Amador Atendimento2'" <atendimento2@casadideias.com.br>

Bom dia Dr. Ricardo.

Referente aos valores que eles especificam na estratégia de mídia, "como a Casa D'Ideias tivesse errado", nós utilizamos a tabela cheia de nível Estadual e competente as agências de publicidade dentro do Estado de Mato Grosso, tabela essa pertencente ao Grupo Gazeta de comunicação.

\* Obs.: O Grupo Gazeta possui uma tabela Nacional (que é utilizada para clientes e agências nacionais) ou seja não situadas dentro do Estado de Mato Grosso.

No anexo segue a tabela conforme especificações solicitando que a tabela fosse cheia. Para comprovação que utilizamos a tabela correta, temos o e-mail de solicitação e documento/ tabela carimbada e assinada que enviada pelo Grupo Gazeta.

Abaixo segue o questionamento que fizemos a todas as agências.

De acordo com o edital, página 92, item 9, d) "...a consistência do plano simulado; a pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos próprios de comunicação". Ou seja, as agências participantes devem seguir o princípio da economicidade. Todas as licitantes concorrentes usaram a tabela nacional de mídia do Grupo Gazeta de Comunicação, menos a Casa D'Ideias. Dessa forma, entendemos que o uso de valores a partir da tabela nacional de mídia torna os investimentos incoerentes, pois não existe fundamento plausível que justifique a compra de mídia estadual com valores nacionais. Acreditamos que esta ação pode aumentar e até prejudicar o controle financeiro dos cofres públicos. Por não seguir o princípio da economicidade pedimos a revisão e a diminuição dos pontos dados às agências, como também elevar a pontuação da Casa D'Ideias por ser a única participante a pensar na economicidade na hora de investir os recursos públicos em mídia.



**Pâmela Carina**  
VP de Mídia  
pamela@casadideias.com.br  
Ramal: 218

@casadideias /casadideias3.0

Av. Nações Unidas, 12551  
9º e 17º andares - Brooklin  
São Paulo • 11 3443-6717

Av. Luis Carlos Prestes, 180  
3º andar - Barra da Tijuca  
Rio de Janeiro • 21 2112-4928

Av. Miguel Sutil, 2625  
15º andar • Jardim Cuiabá  
Cuiabá/MT • 65 3023-9292

www.casadideias.com.br



PARIS MIAMI SÃO PAULO • RIO DE JANEIRO • CUIABÁ • GOIÂNIA • CAMPO GRANDE • MANAUS

**De:** Ricardo Turbino [mailto:ricardo@moreshchiturbino.com.br]

**Enviada em:** domingo, 27 de agosto de 2017 10:13

**Para:** Luciana

**Cc:** João Moreschi; Lideres; Crispim Brasil; Darci Brasil; Amador Atendimento2

**Assunto:** Re: licitação VG - mais recursos ADM. publicados

Bom dia Luciana,

Analisando o recurso da SOUL percebemos que eles alegam, contra a Casa D'Ideias, o seguinte:

- que a CASA haveria apresentado proposta comercial em desconformidade com as exigências do edital, notadamente no que tange a estratégia de mídia e não mídia que encontrar-se-ia com erros de cálculo de valores de veiculação.

- que no quesito ideia criativa, a CASA, em um storyboard para Tv, teria deixado constar, no fechamento, uma data de adesão a campanha anterior à data da veiculação.

A fim de nos subsidiar de informações técnicas, quanto a essas alegações da recorrente, vocês teriam alguma justificativa para que possamos explica-las nas contrarrazões?

Muito Obrigado!

Em 25 de ago de 2017, à(s) 17:41, Luciana <atendimento3@casadideias.com.br> escreveu:

<RECURSO SOUL.pdf>

----- Mensagem encaminhada -----

**Assunto:** RES: TABELA DE PREÇOS VIGENTE PARA O MÊS DE MARÇO DE 2017 - TABELA ESTADUAL CHEIA

**Data:** Thu, 23 Mar 2017 15:45:51 -0300

**De:** Nayra <secretariadiretoria@gazetadigital.com.br>

**Para:** 'Pamela' <pamela@casadideias.com.br>, 'Claudia' <claudia@gazetadigital.com.br>, 'Todos Mídia' <todos.midia@casadideias.com.br>

**CC:** 'Claudia' <claudia@gazetadigital.com.br>, 'Carlos Dorileo' <carlosdorileo@gazetadigital.com.br>

Prezada Pamela,

Segue, anexo, tabela de preço, conforme solicitado.

Att:



**Nayra Amorim**  
Secretária  
secretariadiretoria@gazetadigital.com.br  
www.gazetadigital.com.br  
Tel.: (65) 3612-6307

**De:** Pamela [mailto:pamela@casadideias.com.br]

**Enviada em:** quinta-feira, 23 de março de 2017 15:55

**Para:** Claudia; Nayra Amorim; 'Todos Mídia'

**Assunto:** TABELA DE PREÇOS VIGENTE PARA O MÊS DE MARÇO DE 2017 - TABELA ESTADUAL CHEIA

Boa tarde Claudia

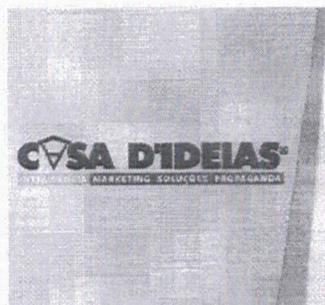
Favor me encaminhar a tabela de preços atualizada para o mês de Março de 2017 ou anual conforme sua empresa utilize.

Preciso da tabela cheia a nível Estadual - RÁDIO AM E FM, JORNAL, TV, SITE

Estamos participando de uma licitação e precisamos da tabela vigente para o mês de Março.

Grande abraço.

--



**Pâmela Ely**  
Gerente de Mídia  
pamela@casadideias.com.br  
Ramal: 9244

 @casadideias  /casadideias3.0

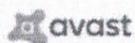
 SP | Berrini, 1748 • Brooklin  
São Paulo • 11 2122-0236

 MT | Gal. Maurício Cardoso, 114 • Goiabeiras  
Cuiabá • 65 3023-9292

 RJ | Av. João C. M. Neto, 850 • CEO • Tower West  
sl 1315 • Barra da Tijuca • Rio de Janeiro  
21 3420-9292

[www.casadideias.com.br](http://www.casadideias.com.br)

 MIAMI  PARIS  RIO DE JANEIRO • CUIABÁ • GOIANIA • SÃO PAULO • CAMPO GRANDE • MANAUS • PORTO VELHO  ASUNCIÓN



Este email foi escaneado pelo Avast antivírus.

[www.avast.com](http://www.avast.com)

--

*Pâmela*



*Dale*

TABELA COM PREÇO ESTADUAL DOS VEICULOS DO GRUPO GAZETA 2017

JORNAL	RADIO CUIABA	DIGITAL	TV
Cm/col ind. R\$ 66,00	Gazeta Fm 30" - Determinado R\$ 157,00 Gazeta Fm 45" - Determinado R\$ 235,00 Gazeta Fm 60" - Determinado R\$ 314,00	Big Banner "Topo" (728 x 90) Custo Unitário R\$ 982,00	Comercial 30" Rotativo - R\$ 1.577,00 Comercial 45" Rotativo - R\$ 2.320,00 Comercial 60" Rotativo - R\$ 3.154,00
Cm/col Class. R\$ 42,00	Gazeta Fm 30" - Indeterminado R\$ 54,00 Gazeta Fm 45" - Indeterminado R\$ 81,00 Gazeta Fm 60" - Indeterminado R\$ 108,00	Big Banner (728 x 90) Custo Unitário R\$ 428,00	Merchandising Cadeia Meles 60" R\$ 5.592,00 Merchandising MT Record 60" R\$ 4.004,00
	TESTEMUNHAL R\$ 350,00 + CACHE R\$ 100,00 R\$ 450,00	Banner Quadrado (230 x 230) Custo Unitário R\$ 354,00 VT 15" Custo Unitário R\$ 416,00	Obs: O Cache é de R\$ 500,00 por ação Avulsa Obs: tabela valida até 06/12/17
	CEN 30" - Determinado R\$ 54,00 CEN 45" - Determinado R\$ 81,00 CEN 60" - Determinado R\$ 108,00		
	CEN 30" - Indeterminado R\$ 35,00 CEN 45" - Indeterminado R\$ 52,00 CEN 60" - Indeterminado R\$ 70,00		
	Merchan de 60" Programa Triluna CBN horário das 08:00 as 09:30hs valor de R\$ 212,00 (bancos e doze reais líquido)		
	Obs: tabela valida até dezembro 2017		

RADIO INTERIOR

Gazeta Fm 30" - Determinado	R\$ 61,00
Gazeta Fm 45" - Determinado	R\$ 91,00
Gazeta Fm 60" - Determinado	R\$ 122,00
Gazeta Fm 30" - Indeterminado	R\$ 48,00
Gazeta Fm 45" - Indeterminado	R\$ 72,00
Gazeta Fm 60" - Indeterminado	R\$ 96,00
TESTEMUNHAL R\$ 150,00 + CACHE R\$ 50,00 R\$ 200,00	
Obs: Tabela valida até dezembro de 2017	
Obs: Validade anual	

CNPJ: 14.911.861/0001-36  
RADIO REAL FM LTDA.  
Rua Prof.ª Teresza Lobo, Nº 30  
Bairro: Consil  
CEP 78048-700 - CUIABA-MT

CNPJ: 03.925.138/0001-90  
SOCIEDADE RADIO VILA REAL LTDA.  
Rua Prof.ª Teresza Lobo, Nº 30  
Bairro: Consil  
CEP 78048-700 - CUIABA-MT

CNPJ: 03.978.714/0001-67  
GAZETA DIGITAL LTDA.  
Rua Prof.ª Teresza Lobo, Nº 30  
Bairro: Consil  
CEP 78048-700 - CUIABA-MT

CNPJ: 01.889.550/0003-38  
RADIO SOM DA TERRA LTDA-ME  
Rua Fortaleza - Genio  
CEP: 78.000-000  
Poxoró  
MT

CNPJ: 04.491.959/0001-28  
SOM DA BARRA RADIOFUSÃO E  
NEGOCIOS LTDA-ME  
Rua Armaro Leite, 4500  
CEP: 78600-000  
Barra dos Garças  
MT

CNPJ: 21.242.623/0001-40  
TV GAZETA LTDA.  
Rua Prof.ª Teresza Lobo, Nº 30  
Bairro: Consil  
CEP 78048-700 - CUIABA-MT

CNPJ: 06.167.347/0001-001  
JORNAL A GAZETA LTDA.  
Rua Prof.ª Teresza Lobo, Nº 30  
Bairro: Consil  
CEP 78048-700 - CUIABA-MT

