

SECRETARIA DE
ADMINISTRAÇÃO



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



Licitação
PMVG
Fls. 3184
[Handwritten signature]

RECURSO
Empresa: LUIZ G. RODRIGUES
JUNIOR (GENIUS PUBLICIDADE)
CP 01/2023

**ILUSTRÍSSIMA PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO -
SENHORA ELIZANGELA BATISTA DE OLIVEIRA – PREFEITURA MUNICIPAL DE VÁRZEA
GRANDE**

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2023

PROCESSO ADMINISTRATIVO: 779972/2022

LUIZ G. RODRIGUES JUNIOR, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 26.787.440/0001-24, com sede na Av. Antártica, 1.111, bairro Santa Rosa – Cuiabá/MT, CEP 78040-500, por intermédio de seu representante legal já qualificado no processo, vem tempestivamente com fulcro no Art. 11, § 4º, alínea d, Inciso VIII da Lei nº 12.232/2010, em conformidade com o disposto na alínea “B” do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666/1993, apresentar

RAZÕES DE RECURSO ADMINISTRATIVO

em face da decisão exarada pela i. presidente, no que concerne ao **“RESULTADO FINAL DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS”**, subsidiado pela Subcomissão Técnica, no que se diz respeito ao procedimento licitatório instaurado em tela, consoante razões de fato e de direito que passa a expor.

Sumário

1. DOS FATOS.....	3
2. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS.....	4
3. DA EQUIVOCADA DECISÃO PELA DESCLASSIFICAÇÃO DA RECORRENTE GENIUS (LUIZ G. RODRIGUES)	5
3.1. ITEM 9.3.1.3. SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA: DESCLASSIFICAÇÃO E PONTUAÇÃO DA RECORRIDA GENIUS DESPROVIDA DE RAZOABILIDADE SE COMPARADA A OUTRAS LICITANTES:.....	7
3.2. ITEM 9.3.1.4. SUBQUESITO 4 – ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA: PONTUAÇÃO DA RECORRIDA GENIUS DESPROVIDA DE RAZOABILIDADE SE COMPARADA COM OUTRAS LICITANTES:	17
4. DA NECESSIDADE DE DESCLASSIFICAÇÃO DA LICITANTE COMPANY - NÃO ATENDIMENTO DAS EXIGÊNCIAS MÍNIMAS DO EDITAL – SUPEROU A VERBA MÁXIMA DEFINIDA DO EDITAL E NÃO UTILIZOU OS PREÇOS DE TABELA CHEIA	23
5. PEDIDOS	30

1. DOS FATOS

A Prefeitura Municipal de Várzea Grande, por intermédio da Secretaria Municipal de Comunicação instaurou procedimento licitatório na modalidade “CONCORRÊNCIA”, do tipo “MELHOR TÉCNICA E PREÇO” para o objeto “Contratação de agências de propaganda para a prestação de serviço de publicidade para Prefeitura Municipal de Várzea Grande sem segregação de lotes, itens, ou contas publicitárias, cuja 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 políticas públicas, divulgar as ações de governo do poder executivo municipal da administração pública e indireta, para informar o público em geral.”.

Participaram do presente certame licitatório 13 (treze) agências, conforme ordenação da soma final da nota técnica, por ordem decrescente:

CLASS.	AGÊNCIA	CAMPANHA	MÉDIA INVOLUCRO 01	MEDIA INVOLUCRO 03	TOTAL	SITUAÇÃO
1ª	COMPANY COMUNICAÇÃO LTDA (COMPANY ON/OFF)	VIVA A GENTE	53,5	44,5	98,0	CLASSIFICADA
2ª	DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA E PROPAGANDA LTDA (DMD INSPIRE)	É A VEZ DE VG	49,2	44,2	93,33	CLASSIFICADA
3ª	NOVA SB COMUNICAÇÃO S.A. (NOVA SB)	VÁRZEA GRANDE É ONDE CABEM TODOS OS SONHOS	43,0	42,2	85,2	CLASSIFICADA
4ª	FCS COMUNICAÇÃO S.A. (FCS)	VG PRA FRENTE, VC COM A GENTE	39,0	42,7	81,7	CLASSIFICADA
5ª	JV FERMINO DA SILVA (IMAGINE PROPAGANDA)	TRANSFORMANDO VG, PENSANDO EM VC	35,3	41,8	77,2	CLASSIFICADA
6ª	LOGOS PROPAGANDA LTDA (LOGOS PROPAGANDA)	PARABÊNS VG, GRANDE NO NOME, GIGANTE NO DESENVOLVIMENTO	35,5	39,5	75,0	CLASSIFICADA
7ª	SOUL PROPAGANDA EIRELI (SOUL PROPAGANDA)	VEM VER VG	27,7	43,7	71,3	CLASSIFICADA
8ª	TIS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA (TIS PUBLICIDADE)	DESENVOLVER É CRESCER JUNTO COM VOCÊ	25,3	44,7	70,0	DESCLASSIFICADA
9ª	LUIZ G. RODRIGUES JUNIOR (GENIUS PUBLICIDADES)	É VG VIVA EM NÓS	25,3	43,3	68,7	DESCLASSIFICADA
10ª	AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, PROPAGANDA E STARTUP GC LTDA (GONÇALVES CORDEIRO)	É MAIS VG. É MAIS VC.	23,3	42,3	65,7	DESCLASSIFICADA
11ª	CRIARI COMUNICAÇÃO LTDA(CRIARI COMUNICAÇÃO)	DO TAMANHO DO AMOR DE NOSSA GENTE	14,5	37,2	51,7	DESCLASSIFICADA
12ª	CASA D'IDEIAS MARKETING E PROPAGANDA LTDA (CASA D'IDEIAS)	É MAIS TRABALHO, É MAIS AVANÇO	1,8	44,2	46,0	DESCLASSIFICADA
13ª	ZIAD A. FARES PUBLICIDADE (ZF COMUNICAÇÃO)	VEGÊ NO PIQUE! É OBRA, É OBRA, É OBRA	1,0	43,2	44,2	DESCLASSIFICADA

Na espécie, dando prosseguimento à próxima etapa processual, em observância aos dispositivos legais, quais sejam, Art. 11, § 4º, alínea d, Inciso VIII da Lei nº 12.232/2010 e complementarmente com o Art. 109 da Lei nº. 8.666/93, **a i. presidente informou que o prazo recursal para as licitantes interpirem as suas razões recursais seria até o dia 15/08/2023.**

Ocorre que, como se verá a seguir, a falta de aferição da pontuação técnica desta LICITANTE e por consequência, a conclusão das respectivas **notas técnicas dos requisitos e subquesitos**, acatada pela i. presidente, que culminou assim na ordem de classificação da proposta técnica, **resta**

totalmente equivocada, sendo que essa Recorrente apresentou todos os documentos pertinentes em consonância com os ditames da Lei Regente e, principalmente, com os critérios do Edital, mas mesmo assim foi DESCLASSIFICADA e NÃO obteve a mínima chance de ter a sua pontuação aferida, ferindo, assim, princípios básicos da legislação pertinente.

Diante do que será exposto, demonstraremos que inexistente fundamento para não ter realizada a pontuação, a Recorrente, assim, requer o provimento do recurso, de modo que haja que:

- I. **Seja reformada a decisão que desclassificou a Recorrente;**
- II. **Seja realizado um novo procedimento para reavaliação da “nota técnica” da Recorrente pela Comissão Técnica;**
- III. **Seja utilizado “definitivamente” critérios objetivos e com justificativas contundentes e precisas por parte da Comissão Técnica;**
- IV. **Determine uma nova ordem de classificação geral das licitantes na proposta técnica após a devida “reavaliação técnica” da RECORRENTE; ou**
- V. **Que caso não se conceda o provimento dos pleitos, de modo alternativo o certame seja anulado por vícios insanáveis praticados pelas Comissões, por não atenderem aos princípios da vinculação do instrumento convocatório Isonomia e legalidade.**

2. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

Atualmente o certame encontra-se no momento mais crucial e complexo e não podemos deixar de destacar que o escopo das presentes razões recursais não tem conotação de levantar questionamentos levianos e de cunho pessoal e/ou, ainda, fomentar dúvidas quanto à capacidade de julgamento dos membros das respectivas comissões.

Contudo, existem sim critérios nas referidas análises que, ao menos, merecem a devida reforma, sendo necessário ser respondidos e justificados em sua integralidade, considerando a importância do respectivo procedimento licitatório e responsabilidade das Comissões “Técnica” e de “Licitação”.

Na presente licitação, mais uma vez depara-se com a problemática **em se objetivar uma contratação** onde os critérios, que não se pode negar, são subjetivos. E isso não é descrédito quanto à análise do Edital publicado por essa conceituada Instituição, mas sim de todos os entes que contratam esse tipo de serviço. **Explica-se.**

A partir do momento em que a licitação é obrigada a realizar a contratação de agências de publicidade, segundo Marçal Justen Filho (Comentários à lei de licitações e contratos administrativos – 14ed. p.352), **“o critério decisivo de seleção acaba sendo a criatividade**, a qual envolve avaliação meramente subjetiva”. (Destaque nosso).

Portanto, o problema reside no fato de que a escolha da melhor proposta – subjetiva, advém de pontuações dadas por julgadores a partir da CRIATIVIDADE DAS LICITANTES, o que acaba por ser exteriorizada como produto de um julgamento objetivo e não por requisitos meramente FORMAIS.

Por fim, levando-se em consideração todo exposto até aqui, finalmente passa-se à análise das inconsistências, possíveis vícios de subjetividade na avaliação e julgamento da Comissão Técnica.

3. DA EQUIVOCADA DECISÃO PELA DESCLASSIFICAÇÃO DA RECORRENTE GENIUS (LUIZ G. RODRIGUES)

A decisão da Comissão Especial de Licitação, subsidiada pela subcomissão Técnica **não utilizou de critério objetivo de avaliação e nem vinculatório ao Edital, ou seja, por não cumprir o item 9.11 alínea “c” do Edital, no que concerne à IDEIA CRIATIVA ter pontuação zerada.**

Preliminarmente, esta Recorrente apresenta as premissas das suas razões recursais:

- I. Não houve qualquer irregularidade por parte da Recorrente ao item destacado pela Subcomissão Técnica, ou seja, não houve descumprimento do princípio da vinculação ao instrumento convocatório ou qualquer indício de que houve uma falha ou não

atendimento ao logo da Prefeitura na apresentação das peças da IDEIA CRIATIVA, visto que o próprio Município não tem um manual de identidade visual;

- II. Não há ISONOMIA quanto ao julgamento de outras propostas, quando comparadas a essa Recorrente;
- III. Por fim, a forma pela qual a Recorrente foi desclassificada, além de desrespeitar o Edital, não é passível de afastamento do certame, sendo que o próprio instrumento convocatório e seus documentos vinculantes são claros e objetivos, não existindo sequer qualquer restrição quanto a utilização da logomarca do Município, o que, por si só, afasta qualquer desclassificação.

Nas contratações públicas, é necessário admitir que a Administração precisa se precaver de possíveis licitantes “aventureiros” e buscar, assim, ainda uma competição, ampliando o universo de participantes, onde os licitantes sejam, realmente, capazes de atender à complexidade da demanda trazida à tona e a esperada qualidade, munidos também de toda documentação que atesta sua capacidade técnica e condições técnicas. Ainda mais por se tratar de serviços de publicidade e que se demonstram tão essenciais para externalização das ações institucionais da Administração Municipal.

A obrigatoriedade legal na adoção do tipo “técnica e preço” na contratação de serviços de publicidade, assim como no presente procedimento licitatório, por sua vez, tem claro objetivo de fazer com que a Administração Pública se valha da **criatividade das agências de propaganda na elaboração das propostas técnicas.**

Esse mecanismo é bastante proveitoso na contratação de serviços de publicidade, em que necessariamente **deve haver um espaço significativo ao exercício da criatividade.**

Se a Administração **formulasse um objeto específico, sem qualquer margem à inovação por parte das licitantes,** a disputa se **resumiria à proposta comercial,** o que poderia privá-la de determinadas soluções criativas e possivelmente mais vantajosas às suas necessidades e demandas.

Ocorre que, diante de todo esse contexto, tal posicionamento rigoroso e sem ISONOMIA, formal e subjetivo não pode, tampouco deve, ser confundido com atitude arbitrária e que assuma caráter extremamente exacerbado no tocantes aos requisitos dos documentos exigidos para apresentação das propostas das empresas e consequentemente sua classificação.

3.1. ITEM 9.3.1.3. SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA: DESCLASSIFICAÇÃO E PONTUAÇÃO DA RECORRIDA GENIUS DESPROVIDA DE RAZOABILIDADE SE COMPARADA COM OUTRAS LICITANTES:

De plano evidencia-se que a LICITANTE GENIUS foi irregularmente desclassificada pelo seguinte motivo:

“A campanha É VG viva em nós foi desclassificada por ter tirado ZERO no quesito Ideia Criativa ao não aplicar a marca / logo da prefeitura em uma de suas peças e descaracterizar a mesma em outra peça.”

Ocorre que, de acordo com o instrumento convocatório a Subcomissão técnica para realizar o julgamento técnico deverão obedecer/observar aos seguintes atributos:

9.3.1.3. Subquesto 3 - Ideia Criativa

- a) O alinhamento da campanha 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 a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

Denota-se que não há qualquer atributo técnico ou exigência no item 9.3.1.3. ou em quaisquer itens do edital que exija que as licitantes utilizem a padronização de marca / logo da Prefeitura.

De acordo com o Dicionário de Oxford, símbolo é aquilo que, por convenção ou por princípio de analogia formal ou de outra natureza, substitui ou sugere algo.

Pela Semiótica, é um signo que apresenta relação arbitrária, baseada apenas em convenção, com o objeto ou a ideia que representa (p.ex., certas bandeiras de alguns países, os sinais de trânsito não figurativos etc., os sinais de escrita não pictográficos, como as letras, algarismos etc.).

Assim, os **símbolos municipais são figuras emblemáticas que retratam a história e as características de comunidade que representam. O brasão de armas, a bandeira e o selo municipais são figuras simbólicas que representam a identidade do município.** Traduzem os elementos mais expressivos da comunidade, como sua identidade, sua evolução política, administrativa e econômica, seus costumes e tradições.

Considerando a definição acima, qualquer um dos exemplos de símbolos elencados caracteriza e representa o município. Desta forma, é **improcedente a justificativa de desclassificação da LICITANTE GENIUS no certame sob o argumento de que, em sua peça de não-mídia (Instagramável), não apresentava assinatura, sendo que o brasão de armas do município é notadamente visível, assim como as características visuais da peça mantêm unidade com as demais peças integrantes da campanha.**

Ainda vejamos, que em resposta à solicitação feita pela LICITANTE GENIUS à Comissão Especial de Licitação acerca do Manual de Identidade Visual da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, contendo o logo e suas variações, padrões de tipologia, redução e aplicação, foi encaminhado um **arquivo em formato PDF que continha apenas o logo da Prefeitura em sua aplicação horizontal, sem nem mesmo contar com sua área de não-interferência preservada.** Diante do exposto, tal arquivo, ainda que encaminhado pela administração municipal, não pode ser considerado padrão de assinatura.

A própria administração municipal apresenta uma ausência de padronização na assinatura de suas peças, conforme abaixo:



Figura 1 - Perfil do Instagram – o brasão identifica a Prefeitura no avatar



Figura 2 - Post no Instagram – aplicação na peça diferente do avatar



Figura 3 - Headline e banner veiculado no site da Prefeitura – aplicações diferentes, sendo a segunda apenas a do brasão do município



Figura 4 - Headline e banner veiculado no site da Prefeitura – aplicações diferentes



Figura 5 - Portal da Transparência no site da Prefeitura – aplicação descaracterizada

Logo, se não foi disponibilizado um Manual de Identidade Visual, e nem é observada uma padronização na assinatura nos próprios canais de comunicação da Prefeitura Municipal de Várzea Grande, a Comissão não pode desclassificar a licitante por não seguir um padrão que, supostamente, não foi estabelecido. Assim, a marca não pode ser considerada descaracterizada.

Na análise de sua Proposta Técnica, a licitante Genius obteve nota 0 (zero) no Item 3 – Ideia Criativa por parte dos 3 avaliadores, conforme abaixo:

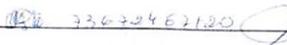
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2023
AValiação DO QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA NÃO IDENTIFICADA) - ENVELOPE I
JULGADOR: Lucimary Luiza Castro Rangel da Silva
CAMPANHA: É VG viva em nós
SITUAÇÃO: DESCLASSIFICADA
NOTA TOTAL: 25,0

SUBQUESTOS	NOTA	JUSTIFICATIVAS
I Raciocínio Básico	5,5	- Descumpriu o Subquesto1, cláusula 8.2 b) não apresentou contracapa; - No texto da defesa cita 'nomes' da atual gestão da Prefeitura Municipal de Várzea Grande
II. Estratégias de Comunicação Publicitária	14,5	- Na defesa apresenta uma Estratégia de Comunicação Publicitária que irá atender a todos os públicos, mas não condiz uma vez que traz uma única peça que abarca essa explicação que é o spot para Rádio; - O selo descrito ao que foi proposto poderia ter sido melhor trabalhado
III. Ideia Criativa	0,0	- Na peça Instagramável não tem a logo da Prefeitura Municipal de Várzea Grande; - Na peça Reels para Instagram logo da Prefeitura Municipal de Várzea Grande foi descaracterizada daquela disponibilizada para a Concorrência Pública Nº 001/2023; - Na defesa apresentada foi dito que TODAS as peças seriam assinadas Prefeitura de VG. Mais por VC, mais por VG -, mas não foi feito
IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	5,0	- Na Estratégia de Comunicação Publicitária explicou que seria 1 (Hum) Anúncio para revista, mas na Estratégia de Mídia e Não Mídia não ficou claro que 'revista' seria essa e não apontou a produção da peça uma vez que peça impressa consta do ROL de peças obrigatórias.

ASSINATURA DO JULGADOR E CPF:  CPF 551.901.031-53
município: REDES

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2023
AValiação DO QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA NÃO IDENTIFICADA) - ENVELOPE I
JULGADOR: LETICIA BALDINI DA COSTA
CAMPANHA: É VG VIVA EM NÓS
SITUAÇÃO: DESCLASSIFICADA
NOTA TOTAL: 23,5

SUBQUESTOS	NOTA	JUSTIFICATIVAS
I Raciocínio Básico	6	
II Estratégias de Comunicação Publicitária	13,5	O selo apresentado remete a imagem do Covid 19 Ausência de peça física que chegue a população mais afastada
III. Ideia Criativa	2,0	O reels do instagram descaracteriza a logo da prefeitura Ausência da logo no instagramável
IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	4	Não ficou clara a utilização da mídia revista A estratégia em geral deixou de lado locais afastados

ASSINATURA DO JULGADOR E CPF:  CPF 33632463120

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2023
AVALIÇÃO DO QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA NÃO IDENTIFICADA) - ENVELOPE I

JULGADOR: VALDEMIR ROBERTO DE CAMPOS

CAMPANHA: É VG VIVA EM NÓS

SITUAÇÃO: DESCLASSIFICADA

NOTA TOTAL: 25,6

SUBQUESITOS	NOTA	JUSTIFICATIVAS
I. Raciocínio Básico	6,0	Atendeu aos requisitos do briefing
II. Estratégias de Comunicação Publicitária	15,5	Boa argumentação, traz informações claras e objetivas. Consegue trazer o proposto no briefing. O selo escolhido não remete ao proposto pela licitante. Ao dizer que utilizaria a assinatura do slogan não o fez na prática.
III. Ideia Criativa	0,0	Reels do Instagram descaracterizou a marca da prefeitura disponibilizada em edital. Também não utilizou a marca na peça instagramável.
IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	4,0	Em sua estratégia não ficou explicado o veículo onde a mídia impressa será veiculada. O anúncio de revista traz uma "revista edição especial Várzea Grande 156 anos", Revista nova ou veículo existente?

ASSINATURA DO JULGADOR E CPF: 28.5 803461-39 [assinatura]

Apontamentos semelhantes receberam, na mesma análise, outras duas das participantes que chegaram às primeiras colocações, como podemos ver, sem que isso, no entanto, causasse sua desclassificação ou mesmo redução expressiva de sua pontuação. Vejamos:

LICITANTE – DMD COMUNICAÇÃO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2023
AVALIÇÃO DO QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA NÃO IDENTIFICADA) - ENVELOPE I

JULGADOR: LETICIA BALDINI DA COSTA

CAMPANHA: É a vez de VG

SITUAÇÃO: CLASSIFICADA

NOTA TOTAL: 49

SUBQUESITOS	NOTA	JUSTIFICATIVAS
I. Raciocínio Básico	6	Texto bem escrito
II. Estratégias de Comunicação Publicitária	17,0	O selo descrito no texto não condiz com o apresentado nas peças
III. Ideia Criativa	17,5	O totem instagramável não tem a logo da prefeitura
IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	8,5	A estratégia apresentada não atinge todo o público

ASSINATURA DO JULGADOR E CPF: [assinatura] 23.8 334 6 11 22

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2023
AVALIÇÃO DO QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA NÃO IDENTIFICADA) - ENVELOPE I

JULGADOR: Lucimery Luiza Castro Rangel da Silva

CAMPANHA: É a vez de VG

SITUAÇÃO: CLASSIFICADA

NOTA TOTAL: 49,5

SUBQUESITOS	NOTA	JUSTIFICATIVAS
I. Raciocínio Básico	5,5	- Descumpriu o Subquesto 1, cláusula 8.2. b) não apresentou contraparte.
II. Estratégias de Comunicação Publicitária	17,0	- A defesa da criação do selo não contempla ao que foi apresentado. - Na descrição do selo foi apresentado "VG 156 anos", mas a aplicação nas peças foi aplicado "156 anos"
III. Ideia Criativa	18,5	- No painel instagramável não apresentou a logo da Prefeitura Municipal de Várzea Grande. - Público alvo da campanha foi muito direcionado para um público de área central da cidade, no Briefing estava claro o Público Primário.
IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	8,5	- Na elaboração da Estratégia de Mídia e Não Mídia não apresentou consistência no conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação

ASSINATURA DO JULGADOR E CPF: [assinatura] 09.051.904.033-93

LICITANTE – NOVA SB

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2023
 AVALIAÇÃO DO QUESTITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA NÃO IDENTIFICADA) – ENVELOPE I
 JULGADOR: Lucimar Lúiza Castro Rangel de Silva
 CAMPANHA: Várzea Grande e onde cabem todos os sonhos
 SITUAÇÃO: CLASSIFICADA

NOTA TOTAL: **44,0**

SUBQUESTITOS	NOTA	JUSTIFICATIVAS
I Raciocínio Básico	5,0	- Descumpriu o Subquestito1 cláusula 8.2 b) não apresentou contraproposta.
II Estratégias de Comunicação Publicitária	16,0	- Ressalva referidas ao Subquestito1 cláusula 8.2. h) apresentou o texto com frases, títulos e palavras em Negrito
III Ideia Criativa	18,0	- Apresentou como proposta para selo um "coração" não mostrando criatividade: uma vez que é uma sugestão saturada. - Na peça Rush Notification não apresentou a logo da Prefeitura Municipal de Várzea Grande
IV Estratégia de Mídia e Não Mídia	5,0	- A Estratégia de Mídia e Não Mídia não contempla a todos os públicos: uma vez que era expência do Briefing (Público Primário e Público Secundário). - A escolha de alguns veículos não condiz com uma estratégia coerente.

ASSINATURA DO JULGADOR E CPF: *Lucimar Lúiza Castro Rangel de Silva* CPF: 379.941.031-53
maricelle BC PMS

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2023
 AVALIAÇÃO DO QUESTITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (VIA NÃO IDENTIFICADA) – ENVELOPE I

JULGADOR: LETICIA BALDINI DA COSTA
 CAMPANHA: Várzea Grande e onde cabem os sonhos
 SITUAÇÃO: CLASSIFICADA

NOTA TOTAL: **44**

SUBQUESTITOS	NOTA	JUSTIFICATIVAS
I Raciocínio Básico	6,0	Texto bem redigido
II Estratégias de Comunicação Publicitária	16	Uso de negrito no meio do texto O conceito pode gerar outro sentido
III Ideia Criativa	16,5	O subquestito não veio nomeado como ideia criativa O pushnotification não contém a logo da prefeitura
IV Estratégia de Mídia e Não Mídia	5,5	Falha em alguns pontos no alcance do público

ASSINATURA DO JULGADOR E CPF: *Letícia Baldini da Costa* CPF: 330.339.611-20

Indaga-se: Ora i. Presidente qual o critério utilizado pela Subcomissão Técnica?

Ele foi utilizado de forma objetiva, vinculativo ao instrumento convocatório e Isonômico?

Especificamente na avaliação da julgadora Lucimar, que ofereceu a nota 0 (zero) à Genius, a mesma alegou que a referida licitante, em sua defesa, declarou que **“TODAS as peças seriam assinadas: Prefeitura de VG. Mais por VC, mais por VG – mas não foi feito”**. É claro que não foi feito, uma vez que o conceito formulado pela licitante seria **“É VG viva em nós”** e não o apontado pela julgadora, desenvolvido por outra das participantes do certame, o que **desqualifica e/ou invalida o julgamento, aparentemente desprovido da devida atenção**.

No item Raciocínio Básico, a referida julgadora justifica a redução da pontuação da licitante pela citação de **“nomes da atual gestão municipal”**. Ressaltamos que, **no Edital, não há qualquer menção à proibição da reprodução textual de citações dos integrantes da equipe da administração municipal**, sendo esta ferramenta utilizada justamente para **comprovar o conhecimento da licitante acerca da natureza, importância e abrangência das ações da Prefeitura, o que não desqualifica, mas conta como um ponto a favor da licitante em sua proposta**.

Indaga-se novamente, por que as licitantes NOVA SB e DMD não foram desclassificadas?

Por si só a desclassificação da licitante GENIUS em detrimento da classificação das supracitadas licitantes acima, haja vista a afronta ao texto editalício, em suma, desrespeito à um dos princípios basilares dos procedimentos licitatórios, qual seja, o da Vinculação ao instrumento convocatório.

Na cartilha do Tribunal de Contas da União “Licitações & Contratos – Orientações e Jurisprudência do TCU” (4ª Edição – Revista, atualizada e ampliada) demonstra-se a seguinte recomendação:

“Princípio da Vinculação do Instrumento Convocatório
Obriga a Administração e o Licitante a observarem as normas e condições estabelecidas no ato convocatório. Não poderá ser criado ou feito sem que haja previsão no instrumento de convocação.”

Dessa forma, conforme indagação acima, as decisões tomadas da Comissão Técnica estão em descompasso com o art. 3º, caput, da Lei Federal n.º 8.666/1993, o qual podemos identificar como princípios jurídicos que são aplicáveis às licitações: legalidade; impessoalidade; moralidade; igualdade; publicidade; probidade administrativa; vinculação ao instrumento convocatório; e julgamento objetivo. Vejamos:

“Art. 3º A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.” (Grifos nossos)
Boa parte desses preceitos já se encontra consubstanciada no art. 37 da Constituição Federal.

Vejamos:

“Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência e, também,

ao seguinte: (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 19, de 1998)
(...)” grifo nosso

Os princípios são regras que servem de interpretação das demais normas jurídicas, apontando os caminhos que devem ser seguidos pelos aplicadores da lei. Os princípios procuram eliminar lacunas, oferecendo coerência e harmonia para o ordenamento jurídico.

Portanto, quanto às premissas para deferimento dessas razões recursais, não há qualquer razão para ser entendida a desclassificação da LICITANTE GENIUS por conta da não utilização da marca / logo da Prefeitura.

Ora, **não há qualquer justificativa técnica e vinculante** para a desclassificação da LICITANTE GENIUS, não houve qualquer consignação em ata ou parecer técnico com critérios objetivos com as respectivas justificativas, vejamos o **simples apontamento da Comissão Técnica**:

“A campanha É VG viva em nós foi desclassificada por ter tirado ZERO no quesito Ideia Criativa ao não aplicar a marca / logo da prefeitura em uma de suas peças e descaracterizar a mesma em outra peça.”

Tal conduta da Comissão Técnica em não apresentar justificativas objetivas claramente viola o regramento vigente, vejamos:

LEI Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010.

Art. 11. Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.

(...)

§ 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

(...)

*IV - elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a **justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso**; Grifo nosso*

Ademais, não houve fato ou qualquer comprovação que motivasse a exigência/obrigatoriedade de utilização da marca / logo da Prefeitura Municipal, sendo que tal decisão da Comissão Técnica está em descompasso com o regramento legal.

Adicionalmente, **foi utilizado critério subjetivo, não vinculante ao Edital e descabido de isonomia**, o que por consequência a Comissão Técnica não realizou as suas obrigações previstas na legislação pertinente, ou seja, **não atribui pontuação técnica para a Recorrente**, mesmo que supostamente desclassificada, o qual tal ato infringe os dispositivos normativos, vejamos:

LEI Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010.

Art. 6º A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2º, e às seguintes:

(...)

*§ 2º Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, **ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos**, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei.” Grifo nosso*

De modo alternativo, caso a i. Presidente da Comissão Permanente de Licitação não entenda que o pleito de reforma da decisão de desclassificação da LICITANTE GENIUS, **requeremos que o certame em tela seja anulado**, primando pelo interesse público, possível prejuízo ao erário e principalmente a não observância de ampliação do universo de licitantes.

Outrossim, não há falar em revogação, pois essa somente ocorrerá se o ato for válido e perfeito, no entanto, se defeituoso, como é o caso telado, a Administração deverá efetivar a anulação, vejamos:

“1. A Administração Pública constatando vícios de qualquer natureza em procedimento licitatório tem o dever de anulá-lo, em homenagem aos princípios da legalidade da moralidade e da impessoalidade”.

(STJ, REsp nº 686.220/RS, Rel. Min. José Delgado, DJ de 04.04.2005.)

A doutrina de HELY LOPES MEIRELLES traz à matéria no caderno processual:

“A anulação da licitação ou do julgamento, por basear-se em ilegalidade, pode ser feita em qualquer fase e a qualquer tempo, antes do contrato, desde que a Administração verifique e aponte a infringência à norma legal ou ao edital. O essencial é que a autoridade justifique a anulação, indicando claramente a ilegalidade a ser corrigida.”

(Licitação e Contrato Administrativo. 15ª edição, atualizada por José Emmanuel Burle Filho, Carla Rosado Burle e Luís Fernando Pereira Franchini, São Paulo, Malheiros Editores, 2010, p. 225.)

Portanto, os princípios da contratação pública insertos no artigo 3º da Lei 8.666/93 foram violados, especialmente aqueles relacionados à isonomia, julgamento objetivo, impessoalidade, igualdade e legalidade.

À vista do exposto, restando evidente ações em descompasso com o edital, requer o provimento do recurso, de modo em reformar a decisão de desclassificação, reavaliar a Nota Técnica da LICITANTE GENIUS de forma proporcional ao material colecionado aos autos e com os critérios vinculados ao instrumento convocatório.

3.2. ITEM 9.3.1.4. SUBQUESITO 4 – ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA: PONTUAÇÃO DA RECORRIDA GENIUS DESPROVIDA DE RAZOABILIDADE SE COMPARADA COM OUTRAS LICITANTES:

Consta nas justificativas das notas da Estratégia de mídia e Não Mídia que em nossa proposta deixamos de descrever o veículo de mídia Impressa, justificativa essa que pesou na pontuação final do Subquesto Estratégia de mídia e Não Mídia.

IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	5,0	- Na Estratégia de Comunicação Publicitária explicou que seria 1 (Hum) Anúncio para revista, mas na Estratégia de Mídia e Não Mídia não ficou claro que 'revista' seria essa e não apontou a produção da peça uma vez que peça impressa consta do ROL de peças obrigatórias.
IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	4	Não ficou clara a utilização da mídia revista A estratégia em geral deixou de lado locais afastados
IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	4,0	Em sua estratégia não ficou explicado o veículo onde a mídia impressa será veiculada. O anúncio de revista traz uma "revista edição especial: Várzea Grande 156 anos" Revista nova ou veículo existente?

PRINT DAS JUSTIFICATIVAS

Ocorre que, na defesa de mídia, página nº 20 de nossa proposta técnica, foi descrito que o anúncio seria veiculado em uma edição especial de aniversário "Várzea Grande 156 Anos".

Já o nome do veículo responsável pela publicação da edição especial de aniversário **pode ser facilmente encontrado na página nº 34 do invólucro 1**. Nesta página consta que o veículo proposto para a campanha é a empresa **Mais Comunicação & Marketing**. O veículo supracitado, que faz parte da empresa Site VG Notícias, realiza a publicação de Especial Aniversário de Várzea Grande desde o ano de 2010, sendo consolidado.

Vejamos:

Mídia Impressa				
Veículo	Praça	Formato	Inserção	\$ Unitário
Mais Comunicação & Marketing - Revista Edição especial "Várzea Grande 156 Anos"	Várzea Grande Edição Maio	1 Página 21 cm x 28 cm	1	R\$ 25.000,00
			1	

Figura 6 - PRINT DA PÁGINA 34 – Estratégia de Mídia e Não Mídia



EDIÇÃO ESPECIAL REVISTA 156 ANOS DE VÁRZEA GRANDE

PROPOSTA COMERCIAL DE VEICULAÇÃO DE ANÚNCIO

Várzea Grande completa em 15 de maio de 2023, 156 anos de fundação. Desde o 143º aniversário do município, em 2010, o site VG Notícias tem presenteado a população com edição especial da revista comemorativa ao aniversário da cidade. O conteúdo da revista é voltado para o município. Além da história da cidade, a revista também traz em seu conteúdo histórias de empresas várzea-grandenses e de personalidades do município.

Missão da Revista: "Resgatar a história de Várzea Grande, divulgar as ações em prol do município, informar à sociedade, as empresas que geram emprego, as benfeitorias realizadas e, acima de tudo, transmitir aos munícipes que vale a pena investir e acreditar em Várzea Grande, em suas empresas e em seu povo".

Veículo: Revista Várzea Grande, 156 anos - publicação oficial da Mais Comunicação & Marketing – Edina Ribeiro de Araújo Eireli ME

Tiragem/circulação: 5.000 exemplares

Periodicidade: anual

Público-Alvo: população várzea-grandense em geral (estudante, dona de casa, trabalhadores, servidores públicos...) empresários, médicos, advogados, profissionais liberais.

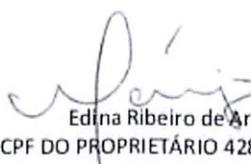
Especificações técnicas: Revista Grampeada - 52 PGS COLORIDAS; Capa: 615x270mm, 4x4 cores, Tinta Premium em Cartão Tríplex LD 350g. Saída em CTP. Miolo: 48 páginas, 207x270mm, 4 cores, Tinta Premium em Couché Brilho 150g. Saída em CTP. Dobrado(Miolo), Shrink (Plástico filme), Grampo e refile, LAMINAÇÃO BRILHO, VERN TEXTURIZAD FRE, VINCO.

Figura 7- PRINT DA TABELA DO VEICULO

Comercialização:

FORMATOS	TAMANHO	Valor bruto com comissão agência
CAPA	Várzea Grande, 153 anos	Várzea Grande, 156 anos
2ª CAPA	21x28cm	R\$ 40 mil
3ª e 4ª CAPA	21x28cm	R\$ 55 mil
CONTRACAPA	21x28cm	R\$ 35 mil
1 PÁGINA	21 X28CM	R\$ 25.000,00

VALIDADE DA TABELA: 01/01/2023 A 31/05/2023 - índice de reajuste IGPM


Edina Ribeiro de Araújo
CPF DO PROPRIETÁRIO 428726189-53

09.446.522/0001-96
EDINA RIBEIRO DE ARAUJO EIRELI-ME
Rua. Carlos Castilho 50
Bairro: Imperador
CEP: 78.126-760
Várzea Grande - MT

IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia	4	Não ficou clara a utilização da mídia revista A estratégia em geral deixou de lado locais afastados
-------------------------------------	---	--

Figura 8 - PRINT DAS JUSTIFICATIVA- JULGADOR: LETICIA BALDINI

Observa-se que a julgadora Leticia Baldini descreve em sua justificativa que teríamos deixado de lado locais afastados, porém, ela não explica com clareza quais seriam estes locais.

Sendo assim, vamos observar o que se pede no briefing em relação ao público-alvo e região geográfica da campanha:

PROBLEMA ESPECÍFICO DE COMUNICAÇÃO

O grande desafio de comunicação da Prefeitura de Várzea Grande é demonstrar, de maneira clara e objetiva uma campanha potencializando o crescimento econômico e o desenvolvimento do município.

OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO

Criar uma campanha publicitária para o aniversário de 156 anos do município e que, ao mesmo tempo faça um balanço das principais ações da Prefeitura, uma prestação de contas para a população. Temos muito a comemorar e a celebração do aniversário serve também para mostrar os avanços da gestão, que impactam de forma positiva na vida dos várzea-grandenses.

PÚBLICO ALVO

- Público Primário: toda a população de Várzea Grande e baixada Cuiabana
- Público Secundário: formadores de opinião e investidores

A CAMPANHA PUBLICITÁRIA

Com base nas informações deste briefing, a licitante deverá apresentar uma campanha publicitária com verba estimada em R\$ 350.000,00, com duração de 30 dias.

PRINT DO BRIEFING – PÁGINAS 109 E 110

Outro ponto importante em relação à justificativa da jurada, na qual relata que não focamos nos locais afastados, **não faz jus à estratégia que apresentamos, visto que dentro da verba estabelecida no briefing contemplamos todos os municípios da Baixada Cuiabana, como podemos observar na proposta.**

TV – Emissora Globo Sinal de Cuiabá / VG

Com alcance de 1.756.453 telespectadores potenciais. A emissora cobre todos os municípios da Baixada Cuiabana, além de outros municípios do estado.

TV – Emissora Record Sinal Cuiabá / VG

Com alcance de 2.552.404 telespectadores potenciais. Cobre todos os municípios da Baixada Cuiabana, além de outros municípios do estado.

Demais emissoras que compõem a estratégia, como SBT e TV Várzea Grande local, atingem boa parte dos municípios da Baixada Cuiabana.

Comparando com a agência mais bem pontuada, Company, na campanha VIVA A GENTE, a mesma apresentou em sua proposta os mesmos veículos, **porém, sem apresentar a descrição dos programas e quantidade de inserções sugeridas em cada programa.**

Ora i. Presidente, tal omissão impossibilita a conferência e a avaliação da audiência dos programas selecionados para a campanha e mesmo com essa falta de informação e dados de audiência dos programas sugeridos para a campanha, **a agência foi melhor pontuada do que a Genius.**

NO MEIO RÁDIO foram apresentadas **em nossa proposta 06 emissoras**, para que fosse possível atingir todos os perfis de público-alvo da campanha, inclusive os formadores de opinião. Já **a agência melhor pontuada apresentou apenas 4 emissoras.**

Em nossa proposta incluímos dados mais detalhados de audiência, total de ouvintes únicos, o perfil dos ouvintes de cada emissora e o total de alcance da campanha, dados estes que foram apresentados pela agência mais bem pontuada.

No **MEIO INTERNET** apresentamos **12 sites regionais, além da mídia programática**, que proporciona o maior alcance e uma segmentação mais assertiva. Em contrapartida, temos a agência Company, na campanha VIVA A GENTE, que apresentou **apenas 4 sites regionais e nenhum dado de audiência regional** que embasasse sua seleção.

Já os demais meios, como Mídia Alternativa e Mídia Exterior, propusemos diferentes formatos para a campanha, como painel aeroporto, frontlight, hiperpainel, além de outdoor, sendo todos localizados em pontos estratégicos.

Portanto, denota-se e comprova-se que apresentamos na Estratégia de Mídia e Não Mídia qual seria a empresa que veicularia o anúncio de revista da campanha.

Como em todas as justificativas esse foi o único ponto negativo em comum apontado pelos julgadores, e que a avaliação da julgadora Leticia Baldini não faz jus à estratégia que apresentamos, e que inclusive se mostra semelhante e até superior à estratégia da agência mais bem pontuada.

Portanto, a LICITANTE COMPANY não deveria receber pontuação desta envergadura no sub quesito supracitado por utilizar um nível inferior de abrangência, em detrimento da LICITANTE GENIUS.

O julgamento e atribuição da nota técnica da Subcomissão Técnica de Avaliação deverá obedecer aos princípios da vinculação do instrumento convocatório, isonomia e ao julgamento objetivo.

Os princípios são regras que servem de interpretação das demais normas jurídicas, apontando os caminhos que devem ser seguidos pelos aplicadores da lei. Os princípios procuram eliminar lacunas, oferecendo coerência e harmonia para o ordenamento jurídico.

Diante do exposto, requeremos a revisão e o acréscimo na nota da RECORRIDA GENIUS no referido sub quesito, especialmente nas alíneas mencionadas acima, principalmente se comparada à nota atribuída para a LICITANTE COMPANY.

4. DA NECESSIDADE DE DESCLASSIFICAÇÃO DA LICITANTE COMPANY - NÃO ATENDIMENTO DAS EXIGÊNCIAS MÍNIMAS DO EDITAL – SUPEROU A VERBA MÁXIMA DEFINIDA DO EDITAL E NÃO UTILIZOU OS PREÇOS DE TABELA CHEIA

A LICITANTE COMPANY, em sua proposta técnica, não utilizou os preços das inserções em veículos de divulgação com tabela cheia, ferindo, assim, os princípios da vinculação ao instrumento convocatório e o da isonomia.

O item 12.14.1 do Edital é **taxativo** na composição da simulação das inserções na Estratégia de Mídia e Não Mídia das LICITANTES, vejamos:

12.14.1. Nessa simulação:

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

Prefeitura Municipal de Várzea Grande - www.varzeagrande.mt.gov.br - E-mail: licitacao@hotmmail.com
Avenida Castelo Branco, Paço Municipal, nº. 2500 - Várzea Grande - Mato Grosso - Brasil - CEP. 78125-700 -
Fone: (65) 3688-8020 Página 64 de 147

Ora i. Presidente, a LICITANTE **utiliza valores menores do que os das tabelas vigentes no mercado** (exigência do Edital), deixando, assim, a sua **proposta técnica mais competitiva por meio de uma vantagem desleal**, o que, por si só, fere o princípio da ISONOMIA, podendo **utilizar-se de mais inserções do que as outras LICITANTES**, em detrimento das LICITANTES que utilizam os preços de tabela cheia para compor as simulações do plano de mídia.

A omissão da agência Company, na campanha VIVA A GENTE, em não descrever os nomes dos programas e os valores unitários, nos faz questionar quais foram os valores utilizados, por exemplo, na emissora TVG.

A agência Company, na campanha VIVA A GENTE, apresenta na página 14 do invólucro 1, um total de 135 inserções. Porém, em nenhum programa da tabela da emissora seria possível fazer essa quantidade de inserções por R\$ 5.000. **Vejamos a tabela do veículo:**

TABELA TVG - TV VÁRZEA GRANDE - CANAL 16.1

DIA	EXIBIÇÃO		GÊNERO	PROGRAMAS	15"		30"	
	HORA							
	INÍCIO	TERMINO						
Seg a Sex	00:00	08:45	PROGRAMAÇÃO REDE	PROGRAMAS DIVERSOS	NÃO COMERCIALIZADO			
Seg a Sex.	08:45	09:00	VAREJO	TV SHOPPING / SUPER CLIPES	120	240		
Seg a Sex	09:00	10:15	PROGRAMAÇÃO REDE	FOGO FELINO / BRASIL VIDA / OSTEIO ALIVIUM	NAO COMERCIALIZADO			
Seg a Sex	10:15	11:00	VARIEDADES	PAPO EM DIA	350	500		
Seg a Sex	11:00	11:15	JORNALISMO	RB NEWS	350	500		
Seg a Sex	11:15	12:00	JORNALISMO NACIONAL	RB NOTICIAS	600	800		
Seg a Sex	12:00	13:00	JORNALISMO LOCAL	CIDADE EM MOVIMENTO	600	800		
SEGUNDA A SEXTA								
Seg a Sex	13:00	13:30	ENTREVISTAS	ENTREVISTA DA HORA	600	800		
Seg a Sex	13:30	14:00	VAREJO	TV SHOPPING / SUPER CLIPES	120	240		
Seg a Sex	14:00	15:00	VARIEDADES	PAPO EM DIA	350	500		
Seg a Sex	15:00	16:30	VARIEDADES	TARDE TOP	350	500		
Seg a Sex	16:30	16:45	JORNALISMO NACIONAL	RB NEWS	350	500		
Seg a Sex	16:45	17:30	INFANTIL	SESSAO DESENHO	350	500		
Seg a Sex	17:30	18:15	JORNALISMO NACIONAL	RB NOTICIAS	600	800		
SEGUNDA A SEXTA								
Seg a Sex	18:15	18:30	PROGRAMAÇÃO REDE	FOGO FELINO	NAO COMERCIALIZADO			
Seg a Sex	18:30	19:00	VAREJO	TV SHOPPING / SUPER CLIPES	120	240		
Seg Qua Sex	19:00	20:00	ENTREVISTAS	TEMA LIVRE	600	800		
Ter e Quin	19:00	20:00	PROGRAMA ESPIRITA	AS COISAS DA VIDA E DO ESPIRITO	600	800		
Sexta	20:00	21:30	ENTRETENIMENTO	COLOIO DO XOMANO	600	800		
Seg a Sex	20:00	22:00	ENTRETENIMENTO	FILMES / SERIES	600	800		
Seg a Sex.	22:00	00:00	PROGRAMAÇÃO REDE	PROGRAMAS DIVERSOS	NAO COMERCIALIZADO			



SABADO	Sábado	00:00	09:00	PROGRAMAÇÃO REDE	PROGRAMAS DIVERSOS	NAO COMERCIALIZADO	
	Sábado	09:00	09:30	VAREJO / MUSICAL	TV SHOPPING / SUPER CLIPES	120	240
	Sábado	09:30	10:00	PROGRAMA ESPIRITA	AS COISAS DA VIDA E DO ESPIRITO	450	600
	Sábado	10:00	11:30	ENTRETENIMENTO	COLOIO DO XOMANO	600	800
	Sábado	11:30	12:30	JORNALISMO LOCAL	NOTICIAS DA SEMANA	450	600
	Sábado	12:30	13:00	ENTREVISTAS	ENTREVISTA DA HORA	450	600
	Sábado	13:00	14:00	ENTREVISTAS	TEMA LIVRE	450	600
	Sábado	14:00	14:15	VAREJO / MUSICAL	TV SHOPPING / SUPER CLIPES	120	240
Sábado	14:15	00:00	PROGRAMAÇÃO REDE	PROGRAMAS DIVERSOS	NAO COMERCIALIZADO		

DOMINGO	Domingo	00:00	09:30	PROGRAMAÇÃO REDE	PROGRAMAS DIVERSOS	NAO COMERCIALIZADO	
	Domingo	09:00	09:30	VAREJO / MUSICAL	TV SHOPPING / SUPER CLIPES	120	240
	Domingo	09:30	10:00	PROGRAMA ESPIRITA	AS COISAS DA VIDA E DO ESPIRITO	450	600
	Domingo	10:00	11:30	ENTRETENIMENTO	COLOIO DO XOMANO	600	800
	Domingo	11:30	12:30	JORNALISMO LOCAL	NOTICIAS DA SEMANA	450	600
	Domingo	12:30	13:00	ENTREVISTAS	ENTREVISTA DA HORA	450	600
	Domingo	13:00	14:00	ENTREVISTAS	TEMA LIVRE	450	600
	Domingo	14:00	14:15	VAREJO / MUSICAL	TV SHOPPING / SUPER CLIPES	120	240
Domingo	14:15	00:00	PROGRAMAÇÃO REDE	PROGRAMAS DIVERSOS	NAO COMERCIALIZADO		

OBS: Para inserções acima de 30", utilizar múltiplos do valor.

TABELA MERCHANDISING

PROGRAMAS	DURAÇÃO	VALOR
TEMA LIVRE	60"	2.000,00
CIDADE EM MOVIMENTO	60"	2.000,00

OBS: Para inserções acima de 60", utilizar múltiplos do valor.



* TABELA VÁLIDA ATÉ MAIO DE 2023 .

RÁDIO DIFUSÃO A VOZ D' OESTE LTDA - CNPJ: 19.272.349/0001-00
 AV. PRES. ARTHUR BERNARDES, 251 - CENTRO SUL / VARZEA GRANDE - MT - CEP : 78.125-100
 Email: financeiro.tvg16@outlook.com e adautortuim@hotmail.com
 TELEFONES : 65 9.9962 - 2233 / 9.8113 - 2233 / 9.9982 - 2233

TABELA TVG - TV VÁRZEA GRANDE - CANAL 16.1

	EXIBIÇÃO		GÊNERO	PROGRAMAS	15"	30"
	DIA	HORA				
		INÍCIO TÉRMINO				
SEGUNDA A SEXTA	Seg a Sex	00:00 08:45	PROGRAMAÇÃO REDE	PROGRAMAS DIVERSOS	NÃO COMERCIALIZADO	
	Seg a Sex	08:45 09:00	VAREJO	TV SHOPPING / SUPER CLIPES	120	240
	Seg a Sex	09:00 10:15	PROGRAMAÇÃO REDE	FOGO FELINO / BRASIL VIDA / OSTEO ALIVUM	NÃO COMERCIALIZADO	
	Seg a Sex	10:15 11:00	VARIEDADES	PAPO EM DIA	350	500
	Seg a Sex	11:00 11:15	JORNALISMO	RB NEWS	350	500
	Seg a Sex	11:15 12:00	JORNALISMO NACIONAL	RB NOTÍCIAS	600	800
	Seg a Sex	12:00 13:00	JORNALISMO LOCAL	CIDADE EM MOVIMENTO	600	800
	Seg a Sex	13:00 13:30	ENTREVISTAS	ENTREVISTA DA HORA	600	800
	Seg a Sex	13:30 14:00	VAREJO	TV SHOPPING / SUPER CLIPES	120	240
	Seg a Sex	14:00 15:00	VARIEDADES	PAPO EM DIA	350	500
	Seg a Sex	15:00 16:30	VARIEDADES	TARDE TOP	350	500
	Seg a Sex	16:30 16:45	JORNALISMO NACIONAL	RB NEWS	350	500
	Seg a Sex	16:45 17:30	INFANTIL	SESSÃO DESENHO	350	500
	Seg a Sex	17:30 18:15	JORNALISMO NACIONAL	RB NOTÍCIAS	600	800
	Seg a Sex	18:15 18:30	PROGRAMAÇÃO REDE	FOGO FELINO	NÃO COMERCIALIZADO	
	Seg a Sex	18:30 19:00	VAREJO	TV SHOPPING / SUPER CLIPES	120	240
	Seg Qua Sex	19:00 20:00	ENTREVISTAS	TEMA LIVRE	600	800
	Ter e Quin	19:00 20:00	PROGRAMA ESPÍRITA	AS COISAS DA VIDA E DO ESPÍRITO	600	800
Sexta	20:00 21:30	ENTRETENIMENTO	COLOIO DO XOMANO	600	800	
Seg a Sex	20:00 22:00	ENTRETENIMENTO	FILMES / SERIES	600	800	
Seg a Sex	22:00 00:00	PROGRAMAÇÃO REDE	PROGRAMAS DIVERSOS	NÃO COMERCIALIZADO		
SABADO	Sábado	00:00 09:00	PROGRAMAÇÃO REDE	PROGRAMAS DIVERSOS	NÃO COMERCIALIZADO	
	Sábado	09:00 09:30	VAREJO / MUSICAL	TV SHOPPING / SUPER CLIPES	120	240
	Sábado	09:30 10:00	PROGRAMA ESPÍRITA	AS COISAS DA VIDA E DO ESPÍRITO	450	600
	Sábado	10:00 11:30	ENTRETENIMENTO	COLOIO DO XOMANO	600	800
	Sábado	11:30 12:30	JORNALISMO LOCAL	NOTÍCIAS DA SEMANA	450	600
	Sábado	12:30 13:00	ENTREVISTAS	ENTREVISTA DA HORA	450	600
	Sábado	13:00 14:00	ENTREVISTAS	TEMA LIVRE	450	600
	Sábado	14:00 14:15	VAREJO / MUSICAL	TV SHOPPING / SUPER CLIPES	120	240
	Sábado	14:15 00:00	PROGRAMAÇÃO REDE	PROGRAMAS DIVERSOS	NÃO COMERCIALIZADO	
DOMINGO	Domingo	00:00 09:30	PROGRAMAÇÃO REDE	PROGRAMAS DIVERSOS	NÃO COMERCIALIZADO	
	Domingo	09:00 09:30	VAREJO / MUSICAL	TV SHOPPING / SUPER CLIPES	120	240
	Domingo	09:30 10:00	PROGRAMA ESPÍRITA	AS COISAS DA VIDA E DO ESPÍRITO	450	600
	Domingo	10:00 11:30	ENTRETENIMENTO	COLOIO DO XOMANO	600	800
	Domingo	11:30 12:30	JORNALISMO LOCAL	NOTÍCIAS DA SEMANA	450	600
	Domingo	12:30 13:00	ENTREVISTAS	ENTREVISTA DA HORA	450	600
	Domingo	13:00 14:00	ENTREVISTAS	TEMA LIVRE	450	600
	Domingo	14:00 14:15	VAREJO / MUSICAL	TV SHOPPING / SUPER CLIPES	120	240
	Domingo	14:15 00:00	PROGRAMAÇÃO REDE	PROGRAMAS DIVERSOS	NÃO COMERCIALIZADO	

OBS: Para inserções acima de 30", utilizar múltiplos do valor.

TABELA MERCHANDISING

PROGRAMAS	DURAÇÃO	VALOR
TEMA LIVRE	60"	2.000,00
CIDADE EM MOVIMENTO	60"	2.000,00

OBS: Para inserções acima de 60", utilizar múltiplos do valor.

ASSINADO DIGITALMENTE POR

Gabriella Oliveira Duarte
De Arruda
CPF: 034.975.641-41

* TABELA VÁLIDA ATÉ MAIO DE 2023 .

RADIOFUSÃO A VOZ D' OESTE LTDA - CNPJ: 19.272.349/0001-00
 AV. PRES. ARTHUR BERNARDES, 251 - CENTRO SUL / VARZEA GRANDE - MT - CEP : 78.125-100
 Email: financeiro.tvn16@outlook.com e adautontim@hotmail.com
 TELEFONES : 65 9.962 - 2233 / 9.8113 - 2233 / 9.982 - 2233

Em análise pormenorizada das tabelas acima, avaliando o programa de menor valor unitário, de R\$ 240,00 unitário, inserção de 30", não seria possível fazer 135 inserções por R\$ 5.000 brutos.

Abaixo, colacionamos trecho da proposta técnica da LICITANTE COMPANY:

Com foco na economicidade e buscando obter maior alcance, optamos por utilizar para o meio um filme publicitário de 30 segundos, destinando R\$ 138.754,00, um total de 46,25% da verba.

Resumo TV aberta

TV CENTRO AMÉRICA	01/05/2023 até 30/05/2023	TV	29	Cuiabá	R\$	49.942,00	35,99%	16,65%
TV RONDON SBT	01/05/2023 até 30/05/2023	TV	28	Cuiabá	R\$	47.243,00	34,05%	15,75%
TV VILA REAL - RECORD	01/05/2023 até 30/05/2023	TV	29	Cuiabá	R\$	36.569,00	26,36%	12,19%
TVG	01/05/2023 até 30/05/2023	TV	135	Várzea Grande	R\$	5.000,00	3,80%	1,67%
TV R\$						138.754,00		46,25%

14

Figura 9 - Print da Página 14, onde a licitante descreve na tabela 135 inserções pelo valor de R\$ 5.000,00

Trazemos abaixo uma memória de cálculo para exemplificar que a omissão proposta pela LICITANTE COMPANY induz a Subcomissão Técnica ao erro:

Calculo:

135 inserções de 30" x R\$ 240,00 (Programa de menor valor da tabela) = R\$ 32.400,00, ou seja, a licitante ultrapassou da verba R\$ 27.400,00.

Outra falha da licitante é que os valores utilizados na Rádio Gazeta FM de Cuiabá não constam da tabela oficial do veículo. Vejamos:

TABELA GAZETA FM CUIABÁ

Tempo	15"	30"	45"	60"	90"
Rotativo	R\$ 424,00	R\$ 617,00	R\$ 1.148,00	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
Madrugada	R\$ 284,00	R\$ 408,00	R\$ 709,00	R\$ 750,00	R\$ 1.108,00
Eventos	R\$ 594,00	R\$ 909,00	R\$ 1.222,00	R\$ 1.508,00	R\$ 3.311,00

Para determinação em programas, aplicar 30% de acréscimo para o período das 06h59 as 18h59.
 Para testemunhal ao vivo, aplicar 100% de acréscimo sobre o valor da secundagem, caso o testemunhal seja em programa determinado, aplicar 30% de acréscimo.
 Os valores do rotativo são para veiculação das 06h as 23h59.
 Os valores do determinado são para veiculação no período das 06h59 as 18h59.
 Os valores da madrugada são para veiculação das 00h as 5h59.

BLITZ LEGAL

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

- 5 chamadas/dia da Blitz, de Domingo a Sexta, 15" rotativo, com citação do patrocinador.
- 5 flashes no dia do evento, todos com citação do nome e telefone da empresa.
- O cliente poderá colocar no local do evento



Abaixo, segue trecho da proposta técnica da LICITANTE COMPANYY:

Resumo Rádio

RÁDIO GAZETA FM	01/05/2023 até 30/05/2023	RD	91	Cuiabá	R\$	9.009,00	17,87%	3,00%
RÁDIO BAND FM	01/05/2023 até 30/05/2023	RD	91	Cuiabá	R\$	11.284,00	22,38%	3,76%
RÁDIO VILA REAL	01/05/2023 até 30/05/2023	RD	91	Cuiabá	R\$	9.555,00	18,95%	3,19%
RÁDIO JOVEM PAN	01/05/2023 até 30/05/2023	RD	91	Cuiabá	R\$	20.566,00	40,79%	6,86%
RÁDIO R\$						50.414,00	16,81%	

Figura 10 - Print da Página 18, onde a licitante descreve na tabela 91 inserções na Rádio Gazeta pelo valor de R\$ 9.009,00

Trazemos abaixo uma memória de cálculo para exemplificar que a omissão proposta pela LICITANTE COMPANYY induz a Subcomissão Técnica ao erro:

Calculo:

91 inserções de 30" x R\$ 617,00,00 (Valor da tabela oficial do veiculo) = R\$ 56.147,00, ou seja, a licitante ultrapassou da verba R\$ 47.138,00.

Como podemos observar, a **LICITANTE COMPANYY**, em sua proposta técnica, **não utilizou os preços das inserções em veículos de divulgação com tabela cheia**, utilizou valores negociados, ferindo, assim, os princípios da vinculação ao instrumento convocatório e o da isonomia.

Por fim, este tópico está **devidamente fundamentado**, o que não corresponde ao julgamento praticado pela Subcomissão Técnica na avaliação e atribuição da nota técnica, sendo que a LICITANTE obteve **vantagem técnica com recurso não permitido pelo Edital**, desobedecendo, assim, aos **princípios da vinculação do instrumento convocatório, Isonomia e do julgamento objetivo**, e que, por consequência, a decisão de pontuar a **LICITANTE deverá ser reformada**, devendo a empresa **ser desclassificada**.

5. PEDIDOS

À vista do exposto, requer o provimento do recurso, visto que inexistente fundamento legal e técnico para **manter as situações pontuadas abaixo**, de modo que:

I. **Seja reformada a decisão da desclassificação e seja revista a nota técnica da LICITANTE GENIUS, no que se diz respeito:**

- ✓ Tópico 3.1 - ITEM 9.3.1.3. SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA: pontuação da LICITANTE GENIUS desprovida de razoabilidade se comparada a outras licitantes;
- ✓ Tópico 3.2. – Item 9.3.1.4. Subquesto 4 – Estratégia de mídia e não mídia: pontuação da LICITANTE GENIUS desprovida de razoabilidade se comparada a outras licitantes;

II. **Seja reformada a decisão em PONTUAR, e sim DESCLASSIFICAR a LICITANTE COMPANYY, no que se diz respeito ao:**

- ✓ Tópico 4. Da necessidade de desclassificação da LICITANTE COMPANYY - não atendimento das exigências mínimas do Edital – superou a verba máxima definida do Edital e não utilizou os preços de tabela cheia.

Nestes termos

Pede Deferimento.

Cuiabá/MT, 15 de agosto de 2023.

LUIZ G RODRIGUES
JUNIOR:267874400001
24

Assinado de forma digital por LUIZ
G RODRIGUES
JUNIOR:26787440000124
Dados: 2023.08.15 11:27:04 -04'00'

Luiz Gonzaga Rodrigues Junior
Representante Legal
CNPJ: 26.787.440/0001-24



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



GesPro
Gestão de Processos

Sator da Licitação
PMVG
Fls. 3015
Ass.

Nr. Remessa: 00767180

Data Remessa: 2023-08-15

Hora: 13:51

Enviado Por: Mariely Silva Marques Paula

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

Observação:

Nr Processo
00908018/23

Requerente
LUIZ G.RODRIGUES- GENIUS PUBLICIDADE

Tipo Documento
REQUERIMENTO

Assinatura Recebimento

Assinatura Envio



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



Setor de Licitação
P.M.V.G.
Fls. 3216
Ass: [assinatura]

DATA: 15/08/2023 **HORA:** 13:46

Nº PROCESSO: 908018/23

REQUERENTE: LUIZ G.RODRIGUES- GENIUS PUBLICIDADE

CPF/CNPJ: 26.787.440/0001-24

ENDEREÇO: AV.ANTARTICA 1.111 SANTA ROSA

TELEFONE: 6533172302

DESTINO: PREFEITURA DE VÁRZEA GRANDE - SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO -
COORDENADORIA DE LICITAÇÃO

LOCAL ATUAL: PREFEITURA DE VÁRZEA GRANDE - SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO -
COORDENADORIA DE LICITAÇÃO

ASSUNTO/MOTIVO:

REF. EDITAL DE CONCORRENCIA PUBLICA Nº 001/2023 PROC. 779972/22 ENCAMINHAR RAZOES DE RECURSO ADMINISTRATIVO CONFORME ANEXO.

OBSERVAÇÃO:

LUIZ G.RODRIGUES- GENIUS PUBLICIDADE



MARIELY SILVA MARQUES PAULA

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