

À diletta COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO da CAMARA MUNICIPAL DE SÃO GONÇALO DO RIO ABAIXO - MG

Processo licitatório n.º: 76/2021
Edital: 18/2021
Tomada de Preços n.º: 004/2021
Natureza: Tipo técnica e preço

ORIGAMI AGÊNCIA DE IDEIAS LTDA., pessoa jurídica de direito privado, devidamente cadastrada ao CNPJ/MF sob n.º: 11.164.292/0001-14, estabelecida à Av. Cristina Gazire, n.º: 1097, sala 511, Praia, Itabira – MG, CEP: 35.900-680, por meio de seu representante legal, vem apresentar **RECURSO**, nos termos de exposição e fundamentação quais seguem:

I – DA TEMPESTIVIDADE E CABIMENTO

Considerando teor de itens 3.5.4, 4.6, 6.3, 6.4 e 6.5 do Edital em tela, temos por certo o cabimento de recurso fundamentado dirigido à Comissão de Licitação da Câmara Municipal de São Gonçalo do Rio Abaixo, no prazo de 05 (cinco) dias, contados da comunicação de resultado.

Ao procedimento licitatório em tela, foram devidamente levados a conhecimento público os resultados obtidos na data de 06/12/2021.

Portanto, perfeitamente cabível e tempestivo o presente recurso.

II – DO DESRESPEITO VERIFICADO - AUSÊNCIA RELAÇÃO ENTRE FUNDAMENTAÇÃO APRESENTADA E CONSTATAÇÃO HAVIDA EM PROPOSTAS TÉCNICAS

Proba Comissão Especial de Licitações foram verificados pontos de atenção em sede de julgamento e análise técnica das propostas apresentadas pela Recorrente.

Constata-se, facilmente, que a avaliação técnica apresentada pela r. Subcomissão Técnica não guardou relação direta com o quanto apresentado por esta Recorrente de forma a vulnerar as avaliações recebidas.

Segue transcrição de trecho constante em "Ata de análise e julgamento – Envelope n. 01 (proposta técnica – Via Não Identificada) que causou grande revolta à Recorrente:

"A empresa A apresentou sua proposta técnica de acordo com o que foi estabelecido no edital, no que diz respeito aos itens solicitados. No entanto, demonstrou desconhecimento das mídias e meios de comunicação de maior visibilidade no município, ignorando as mídias de maior alcance e circulação, quanto ao nível de abrangência de internet são-gonçalense, já que muitas localidades não possuem internet. Além do requisito "d)" do Raciocínio Básico ter sido colocado fora de ordem da apresentação. (...)"

Ainda ao mesmo documento, no parágrafo imediatamente posterior, assim se fez constar:

"A empresa B foi mais eficaz na elaboração do raciocínio. Demonstrou conhecimento da cultura, da história e particularidades da cidade. Citaram mídias importantes do município em seu plano de comunicação. As peças propostas remontam ao jovem estudante e a oportunidade com a experiência profissional do "Aprendiz Legal" como porta para o mercado de trabalho. Teve conjunto visual das peças mais colorido, alegre e mais contextualizado ao universo jovem e ao mesmo tempo abrangendo todos os públicos e condizente com a estratégia apresentada pela empresa."

Desta forma, as razões abaixo apresentadas demonstram de forma clara e inarredável a verificação de ofensa aos princípios administrativos da legalidade, impessoalidade, moralidade e eficiência.

II.I – DA DIVERSIDADE DE MÍDIAS E NÃO MÍDIAS APRESENTADAS POR AMBAS AS LICITANTES E SUAS RESPECTIVAS REPERCUSSÕES

Da simples leitura de ambos os parágrafos acima transcritos, temos por certo que, aparentemente, existiu divergência de mídias e não mídias utilizadas pelas Licitantes "Empresa A" e "Empresa B". O que não corresponde à realidade.

Observe que, sob este prisma foi indicado no trecho acima com relação à "Empresa A" - Recorrente:

"No entanto, demonstrou desconhecimento das mídias e meios de comunicação de maior visibilidade no município, ignorando as mídias de maior alcance e circulação."

Já com relação à "Empresa B" assim foi abordado:

"Citaram mídias importantes no município em seu plano de comunicação."

Ambas as licitantes apresentaram, exatamente, os mesmos canais de comunicação. Observe:

- Jornal impresso
- Rádio
- Som Volante
- Outdoor
- Mídia digital
- Banner impresso
- Flyer / panfleto

Logo, exatamente as mesmas ferramentas de comunicação.

Sendo apresentadas, ainda, por esta Recorrente – “Empresa A” diversificação de itens para as mesmas plataformas. Ex.: “novelinha carro de som” e “novelinha carro de som 45””.

Não bastasse as informações supracitadas, foi alcançado maior número de inserções comunicativas sem que o custo final fosse afetado. O que será tratado em tópico próprio.

A título de exemplo, observe:

Rádio

- A **Empresa “b”** indicou apenas uma rádio e se propôs a realizar “224” inserções durante 4 (quatro) semanas – 28 dias.
- A Recorrente **Empresa “a” – Recorrente** - diversificou aplicação deste recurso em duas rádios, totalizando 600 (seiscentas) inserções – 300 (trezentas) em cada uma – por 30 dias.

Outdoor

- A **Empresa “b”** indicou divulgação por meio de 2 (duas) placas em 15 (quinze) dias de apresentação ostensiva, por meio de um único fornecedor.
- A **Empresa “a”** indicou divulgação por meio de 6 (seis) placas em 30 (trinta) dias de apresentação ostensiva, por meio de dois fornecedores.

Som volante

- A **Empresa "b"** indicou divulgação por meio de som volante em uma única semana, por 40 (quarenta) horas efetivas, sem indicação de fornecedor – portanto custo efetivo questionável.
- A **Empresa "a"** indicou divulgação por meio de som volante em 26 (vinte e seis) dias, por quatro horas diárias, totalizando 104 (cento e quatro) horas efetivas, com indicação de fornecedores.

Registre-se que a Recorrente elegeu diversificar em duas rádios distintas com o objetivo de alcançar o público municipal de forma ainda mais ampla. Isto, tendo por base levantamento de dados que demonstram perfis de públicos e demonstrativo de características de audiência de cada uma das rádios indicadas.

Portanto, com todo respeito, a fundamentação apresentada se encontra dissociada da realidade posta em Envelope 1, especialmente no que tange aos interesses desta Recorrente.

II.II – DA REPERCUSSÃO DAS DIVERSAS MÍDIAS E NÃO MÍDIAS APRESENTADAS POR AMBAS AS LICITANTES E SUAS RESPECTIVAS REPERCUSSÕES ATESTADAS PELA RECORRENTE

Nobre Comissão, com todo respeito e ainda sob o mesmo trecho de fundamentação, cabe ressaltar outra ótica constatada. Repisamos fundamentação apresentada no mesmo documento referenciado acima:

Com relação à "Empresa A" - Recorrente:

"No entanto, demonstrou desconhecimento das mídias e meios de comunicação de maior visibilidade no município, ignorando as mídias de maior alcance e circulação."

Com relação à "Empresa B" assim foi abordado:

"Citaram mídias importantes no município em seu plano de comunicação."

Como já explicitado, os canais de comunicação eleitos por ambas as licitantes foram idênticos.

Ocorre que além de serem os mesmos, foi abordada pela Subcomissão competente que esta Recorrente demonstrou ausência de conhecimento

acerca das mídias e meios de comunicação eleitos, especialmente no tocante ao "alcance e circulação" da informação.

Absurdo!

Reiteramos: os meios eleitos por ambas as licitantes foram idênticos.

Ao afirmar o desconhecimento e as repercussões deste, a Subcomissão não apresentou dados palpáveis acerca de suas conclusões de forma a solidificar seu entendimento.

Cabe destacar, ainda, que da forma posta houve aparente intento de favorecer uma das partes licitantes. Especialmente ao constatarmos que os meios de comunicação são os mesmos e, inclusive, esta licitante-recorrente apresentou maiores números de inserções/tempo de exposição da informação-objeto.

Como se não bastasse, a Recorrente fundamentou sua estratégia de "mídia e não-mídia" de forma clara e objetiva. Apresentando a cada um dos itens eleitos sua sustentação. Vide exemplos:

"Jornal

Mesmo diante de um mundo cada vez mais virtual, a mídia impressa continua respondendo positivamente aos investimentos recebidos.

Os jornais impressos continuam relevantes por conta da credibilidade e seriedade que representam no mercado, a divulgação nesse meio gera mais envolvimento e reflexão do público. A estratégia é veicular anúncios nos veículos de circulação local."

"Cartaz

Material impresso fixado em pontos estratégicos como: comércios, zona rural e zona urbana, posto de saúde, escolas, ônibus escolares, repartições públicas, nos setores da Camara Municipal, abrangendo assim, todo município de São Gonçalo do Rio Abaixo."

"Novelinha para Carro de Som

Uma mídia muito eficiente e a sua mobilidade faz com que a mensagem chegue a todas as pessoas da cidade. Nosso horário de uso, entre 12 e 14 horas e de 18 às 20 horas, é planejado para atingir as pessoas em seu horário de almoço e no fim do expediente comercial, momentos em que há possibilidade de prendermos a atenção dos ouvintes."

"Spot Rádio

Mais uma mídia que vai reforçar a mensagem da campanha, por meio de um áudio simples, de caráter informativo. É uma mídia muito importante, por, com ela, atingimos todas as pessoas da zona rural e urbana, independentemente de sua instrução."

Especificamente com relação ao uso de ferramentas disponíveis em Internet para fins de divulgação, a leitura da Subcomissão competente não observou critérios básicos de conhecimento posicional.

Enquanto sua avaliação se pautou por indicar que esta Recorrente ignorou *"as mídias de maior alcance e circulação, quanto ao nível de abrangência de internet são-gonçalense, já que muitas localidades não possuem internet."* O pensamento adequado seria, justamente outro: valer-se deste instrumento disponível e de baixo custo com o objetivo de comunicar com aquela população vinculada a este meio. Assim, com todo respeito, propiciando com que a informação seja efetiva e alcance públicos diversos.

Um meio de comunicação não exclui outro. Porém, cabe à Licitante analisar as características dos destinatários e avaliar resultados com vistas ao cabimento ou não daquela mídia OU não-mídia. Nesta situação em específico, é palatável a regular convivência de todos os meios indicados.

Portanto, com todo respeito, não há que se falar em demonstração de *"desconhecimento das mídias e meios de comunicação de maior visibilidade no município, ignorando as mídias de maior alcance e circulação"* por parte desta Recorrente.

II.III – DA APRESENTAÇÃO DAS SUGESTÕES DE PEÇAS E SUAS AVALIAÇÕES

Sob este prisma, o objeto apresentado pela Recorrente, apresentou 8 (oito) sugestões de veiculação. De forma exemplificativa, assim foi ofertado à Subcomissão competente:

Outdoor



Jornal impresso



Anúncio em site de notícias



Cartaz



A competente comissão se limitou a abordar com relação à Empresa "a":

"A empresa A apresentou sua proposta técnica de acordo com o que foi estabelecido no edital, no que diz respeito aos itens solicitados"

A Empresa "b" apresentou apenas 5 (cinco) sugestões de veiculação. Onde destacamos:

Cartaz



No entanto, a competente comissão realizou abordagem de forma desproporcional com relação a Empresa "b". Vide:

"As peças propostas remontam ao jovem estudante e a oportunidade com a experiência profissional do "Aprendiz Legal" como porta para o mercado de trabalho. Teve conjunto visual das peças mais colorido, alegre e mais contextualizado ao universo jovem e ao mesmo tempo abrangendo todos os públicos e condizente com a estratégia apresentada pela empresa."

Com todo respeito, é nítido que a Recorrente – Empresa "a" - apresentou em suas peças diversidade de idades, raças (características fenotípicas), sexos e demonstração de requisito estudantil face ao possível ingresso ao programa "Aprendiz Legal" e utilização de cores institucionais da Câmara Municipal de São Gonçalo do Rio Abaixo como forma de demonstrar relacionamento do órgão diretamente com os destinatários da comunicação.

Ao passo que a proposta apresentada pela "Empresa b" apesar de não demonstrar as diversidades acima listadas OU valer-se de identificação das cores institucionais da Câmara Municipal de São Gonçalo do Rio Abaixo; recebeu abordagem positiva transcrita acima.

Ademais, apresentou informações vagas e sem fundamentação. Oportunidade que destacamos o seguinte trecho:

"Teve conjunto visual das peças mais colorido, alegre e mais contextualizado ao universo jovem e ao mesmo tempo abrangendo todos os públicos e condizente com a estratégia apresentada pela empresa."

Portanto, outra situação que não se pode admitir!

Observe que, aparentemente, a forma de tratamento das propostas foi desproporcional. Estabelecendo-se critérios diversos para cada um dos proponentes e avaliações por meio de valores não-técnicos.

II.IV – Da atribuição de adjetivo sem fundamentação

Logo no início das abordagens ao material apresentado em Envelope 1 fornecido pela Empresa "b", assim se fez verificar:

"A empresa B foi mais eficaz na elaboração do raciocínio."

O conceito de "eficaz" segundo vernáculo nacional se apresenta como: "que tem virtude ou o poder de produzir, em condições normais e sem

carecer de outro auxílio, determinado efeito; efetivo; bom ou ideal para causar um resultado pretendido; útil."

Em apertada síntese, sob o prisma do Direito Administrativo, temos por certo que a "eficácia" vincula-se à aptidão do ato para produzir efeitos jurídicos".

Muito embora a Subcomissão competente tenha atribuído maior valor sob tal égide à "empresa B". Em momento algum de sua fundamentação se constatou sustentáculo a tal informe.

Ademais, com todo respeito, mesmo alcançando:

- maior número de inserções comunicativas;
- maior tempo de exposição da informação objeto de comunicação;
- apresentação de imagem dotada de cores institucionais da Câmara Municipal de São Gonçalo do Rio Abaixo;
- apresentação de item figurativo da mensagem diretamente ligada ao objeto da campanha;
- apresentação de diversidade de idades, raças (características fenotípicas), sexos;
- e, por fim, demonstração de requisito estudantil face ao possível ingresso ao programa "Aprendiz Legal";

esta Recorrente ainda alcançou custo efetivo do ato comunicacional inferior à sua concorrente. Ou seja, a atribuição de "eficácia" técnica à Licitante "empresa b" não se coaduna com a realidade.

II.V – DO CRITÉRIO CRIADO E APRESENTADO COMO CAUSA AO DESABONO TÉCNICO

Assim se fez constar em r. avaliação técnica realizada pela competente Subcomissão:

"Além do requisito "d)" do Raciocínio Básico ter sido colocado fora de ordem da apresentação."

Ocorre que, segundo instrumento convocatório posto pelo Edital em tela, a norma posta ao artigo, 1.6.1 estabelece como competência da Subcomissão Técnica a análise das propostas técnicas com seu respectivo

juízo. Sendo certo, ainda, que tal Subcomissão deverá ser constituída por graduados em ensino superior nas especialidades: Comunicação, Publicidade ou Marketing, sendo aceitáveis ainda profissionais que atuem em uma dessas áreas.

A avaliação acima citada não guarda qualquer relação técnica com o objeto de apresentação realizado. Tampouco se revela como critério desabonador OU ainda portador de natureza desclassificatória.

Digno de nota asseverar que ao indicar que determinado item tenha "sido colocado fora da ordem de apresentação", não indicou qual seria a ordem correta. Isto, de maneira a criar falso sentimento de inferioridade da proposta.

Desta forma, com todo respeito, cabe à Subcomissão Técnica avaliar as propostas técnicas apresentadas de forma clara, técnica, objetiva e fundamentada. Aplicando critérios equânimes às partes.

III – DO EFEITO SUSPENSIVO - IMPEDIMENTO À HOMOLOGAÇÃO DO RESULTADO

A norma posta ao item 6.3 do Edital em tela estabelece que os Recursos inerentes ao objeto posto afeitos a habilitação, inabilitação e ao julgamento de propostas serão recebidos com efeito suspensivo.

Ao presente manejo recursal temos por certo que tratamos de matéria relativa ao julgamento das propostas.

Por assim ser, imperioso é o regular recebimento deste Recurso com efeito suspensivo, de modo a não prejudicar, ainda mais, o procedimento licitatório em tela.

Repise-se: as matérias postas no presente Recurso refletem graves vícios verificados.

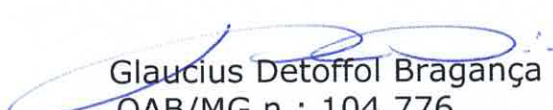
IV – DOS PEDIDOS E REQUERIMENTOS

Ante toda exposição e fundamentação supra, passa a pedir e requerer o quanto segue:

- a) O devido recebimento do presente Recurso em seu efeito suspensivo conferido pelo próprio instrumento convocatório, nos termos da fundamentação posta.

- b) Sejam verificados descumprimentos de regras estabelecidas no próprio instrumento convocatório. Especialmente, mas não se limitando a apresentação de fundamentos dissociadas das informações apresentadas pela Licitante Recorrente em sua proposta; bem como ausência de abordagem aos critérios avaliativos de forma clara e objetiva.

Nestes termos,
Pede e aguarda deferimento.
São Gonçalo do Rio Abaixo, 08 de dezembro de 2021.


Glaucius Detoffol Bragança
OAB/MG n.: 104.776

Pierry Guerra Soares
OAB/MG n.: 160.433


ORIGAMI AGÊNCIA DE IDEIAS LTDA.