

AO ILUSTRÍSSIMO SR. PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DO EDITAL DE CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024 DA CAMARA MUNICIPAL DE CUIABÁ.

J. V. FERMINO DA SILVA – ME (IMAGINE PROPAGANDA), já qualificada nos autos da licitação em epígrafe, representada por seu sócio administrador **CAIO FERMINO SOARES**, também qualificado, vem, respeitosamente, perante essa respeitável e qualificada Comissão, interpor **RECURSO ADMINISTRATIVO**

I. PREÂMBULO

Inicialmente, a recorrente expressa seu profundo respeito pelos profissionais que compõem a Comissão de Licitações e a Subcomissão Técnica, destacando a condução exemplar do certame e o julgamento das propostas. A empresa presume, agradece e reconhece a dedicação notável exigida em todas as fases desta licitação. Ademais, presume e reconhece que a decisão alvo deste recurso foi proferida com a intenção louvável de cumprir as responsabilidades e competências atribuídas à Comissão e à Subcomissão.

Contudo, o julgamento das propostas técnicas apresenta falhas passíveis de correção. Com convicção sobre o mérito de suas alegações, a recorrente exerce seu legítimo direito de interpor recurso com o objetivo de reformar as notas de julgamento. Este recurso fundamenta-se nos esclarecimentos e justificativas apresentados, visando contribuir para o certame. Desta forma, busca-se o reconhecimento imediato das irregularidades e ilegalidades apontadas, com a conseqüente correção do julgamento, evitando a necessidade de recorrer a órgãos de controle externo, como Tribunal de Contas, Ministério Público e/ou Poder Judiciário.

Com o intuito de cooperar de maneira proativa, de boa-fé, segura e confiante, a recorrente utiliza este recurso para corrigir as irregularidades e ilegalidades identificadas no caso específico. Conforme será evidenciado, tais questões são de fácil constatação, de correção simples e, acima de tudo, estão alinhadas com o melhor interesse da Câmara Municipal de Cuiabá

II. DA TEMPESTIVIDADE

Considerando a previsão contida no parágrafo 3º, III, do art. 109, da lei nº 8.666/93, tem-se que o prazo para interposição do presente Recurso se dá por 5 (cinco) dias úteis, com prazo fatal para o dia 06 de novembro do corrente ano. Portanto, é tempestiva a presente peça recursal.

III. FATOS

Trata-se de licitação para contratação de 03 (três) agências de publicidade para a Câmara Municipal de Cuiabá, na modalidade melhor Técnica e Preço, publicada sob o título de CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024. Após a entrega dos envelopes por todas as participantes e avaliação das propostas Não Identificadas pela Subcomissão Técnica, houve segunda sessão para divulgação do resultado da avaliação das propostas e o cotejo para identificar as campanhas e as devidas agência para fim de registrar-se as notas e divulgar a classificação do certame.

Após a disponibilização dos invólucros 1 e 3 de todas as licitantes, atas de julgamentos e documentos pela CPL, a licitante J. V. FERMINO DA SILVA – ME (IMAGINE PROPAGANDA), vem apresentar seus recursos em desfavor das licitantes e cobrar providencias sobre os itens abaixo

Licitante Gonçalves Cordeiro

1 - No dia 31/10/2024, a Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Cuiabá disponibiliza as propostas técnicas de todas licitantes que participaram do certame para contratação de agências de propaganda para prestação de serviços de publicidade.

Ocorre que no comunicado emitido pela Comissão supra, foi certificado por esta que, dentro de um dos *pendrives* da licitante Gonçalves Cordeiro (1º colocada entre os licitantes) não havia qualquer peça/documento referente aos relatos de soluções de problemas de comunicação, vide doc. anexo e trecho abaixo transcrito:

Registra-se que, durante o processo de digitalização e cópia dos arquivos das mídias fornecidas pelas licitantes, foi constatado que o pen drive que deveria conter os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação da empresa Gonçalves Cordeiro estava vazio. A Comissão de Licitação prontamente notificou a Subcomissão Técnica a respeito desta intercorrência, solicitando a manifestação sobre o conteúdo do pen drive e a disponibilização dos arquivos. Em resposta ao comunicado, a Subcomissão Técnica afirmou que os arquivos existiam quando da análise do invólucro 3 e os enviou no e-mail da licitação.

Estão anexos o Comunicado feito pela Comissão de Licitação e a resposta da Subcomissão Técnica.

JUNIO WILLIAN ALVES DE
OLIVEIRA:70032950160

Assinado de forma digital por
JUNIO WILLIAN ALVES DE
OLIVEIRA:70032950160
Dados: 2024.10.31 10:00:01 -04'00'

Junio Willian Alves de Oliveira

Presidente da Comissão Permanente de Licitação

Isso por si só causa estranheza e põe em cheque o resultado do processo licitatório. É fato incontroverso que o *pendrive* que está em mãos da comissão e foi por esta submetido, sendo que a própria comissão afirma que não há nada lá dentro.

Além disso, em resposta ao comunicado da à subcomissão técnica, a Secretaria de Comunicação da Câmara Municipal de Cuiabá informa, sem comprovar efetivamente, que o *pendrive* encaminhado continha os referidos arquivos, sendo recuperados do computador (...) como vemos abaixo transcrito e doc. anexo a presente.

Justificativa totalmente divorciada da realidade, contrária a própria alegação exarada pela comissão, pois como poderia estar nos arquivos de *pendrive*, se foram recuperados do computador? Ou tem ou não tem. E foi certificado pela comissão permanente de licitação a sua ausência.

Prezados, Boa Tarde!

Em resposta ao Comunicado encaminhado à Subcomissão Técnica, encaminhado na data de hoje, dia 30/10/2024, referente à Concorrência N° 01/2024.

Sim, informamos que o pen drive encaminhado, continha os referidos arquivos, sendo recuperados do computador disponibilizado para instrumentar procedimentos da equipe de avaliadores, e cópia do referido arquivo foi disponibilizada para encaminhar à Comissão de Licitação da Câmara Municipal de Cuiabá.

Informamos ainda, que tentamos a entrega da documentação em mãos, mas no Setor de Licitação não havia ninguém para recebimento.

Desta forma, encaminho o arquivo via e-mail hoje dia 30/10/2024 às 15:55h, observando o prazo estabelecido.

Prevê o art. 41 da Lei 8.666/93:

“Art. 41. A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada.”

Sobre o fato, se encontra diversas publicações que referem e atestam a legalidade e objetividade em cumprir e obedecer ao teor publicado no edital e nos questionamentos e respostas publicadas pela Comissão Permanente de Licitações:

Administração forneça esclarecimentos sobre as regras editalícias. A resposta formulada administrativamente apresenta cunho vinculante para todos os envolvidos, sendo impossível invocar o princípio da vinculação ao edital para negar eficácia à resposta apresentada pela própria Administração". Acrescenta, ainda, que "a força vinculante da resposta ao pedido de esclarecimento envolve as hipóteses de interpretação do edital. Ou seja, aplica-se quando há diversas interpretações possíveis em face do ato convocatório. Se a Administração escolhe uma ou algumas dessas interpretações possíveis e exclui outras (ou todas as outras), haverá vinculação"

("Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos". 11ª ed., São Paulo: Dialética, 2005, pp. 402/403). 11. Sobre o assunto, já se manifestou o Superior Tribunal de Justiça, no sentido de que "a resposta de consulta a respeito de cláusula de edital de concorrência pública é vinculante; desde que a regra assim explicitada tenha sido comunicada a todos os interessados, ela adere ao edital" (REsp 198.665/RJ, 2ª Turma, Rel. Min. Ari Pargendler, DJ de 3.5.1999). (...) (STJ - MS: 13005 DF 2007/0177887-4, Relator: Ministra DENISE ARRUDA, Data de Julgamento: 10/10/2007, S1 - PRIMEIRA SEÇÃO, Data de Publicação: --> DJe 17/11/2008, --> DJe 17/11/2008)

Assim, os esclarecimentos ao Edital são vinculantes e devem ser balizadores das atividades da Subcomissão Técnica assim como as demais cláusulas do Edital. Assim também em linha as decisões do Tribunal de Contas da União:

Os esclarecimentos prestados pela Administração ao longo do certame licitatório possuem natureza vinculante, não sendo possível admitir, quando da análise das propostas, interpretação distinta, sob pena de violação ao instrumento convocatório. (Acórdão 179/2021-TCU-Plenário)

Caso não sejam acatadas as alegações supra, corre-se o risco de ser ajuizada pleito judicial para que seja declarado o presente vício, requerendo ao final, seja declarada a desclassificação da licitante Gonçalves Cordeiro por apresentar um *pendrive* vazio, ou sem aquilo que deveria estar lá dentro (relatos de soluções de problemas de comunicação).

2 – Ainda contra a licitante Goncalves Cordeiro, apontamos uma falha gravíssima em suas peças apresentadas e julgadas pela subcomissão, que afronta e desrespeita o edital que nos determina:

8.3.1.3. Subquesto 3 - Ideia Criativa

- a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) a pertinência da solução criativa com a natureza do 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;

Onde entendendo-se que o item “e”, obriga que a licitante apresente, desenvolva uma solução criativa para suas peças corporificar que defendem o conceito da sua campanha. Porém, podemos observar que as peças apresentadas não possuem a “originalidade” e sim um plágio de outra campanha realizada para a Assembleia Legislativa do Estado da Paraíba – coincidência ou não – um órgão público legislativo também. Vamos observar abaixo:



O behance.net e o Pinterest são sites públicos voltados para criativos, redatores, diretores de arte de agências publicarem seus trabalhos, serve como um portfólio virtual para profissionais de comunicação apresentarem o resultado final de campanhas publicitárias.

No caso da campanha apresentada pela licitante Gonçalves Cordeiro, podemos ver no link abaixo, que ela utilizou a campanha apresentada para a Assembleia Legislativa da Paraíba para criar a sua campanha, utilizando os mesmos elementos gráficos.

<https://www.behance.net/gallery/96322879/Campanha-de-Transparencia-Assembleia-Legislativa-PB>

<https://de.pinterest.com/pin/49258189668901328/>

Outra busca rápida, no google, o maior portal de pesquisa na web, encontramos uma campanha criada para o Senai do Ceará, que utiliza a mesmo conceito e segue os mesmos elementos gráficos da campanha apresentada pela licitante Gonçalves cordeiro, como podemos observar:

<https://www1.sfiac.org.br/fiec-noticias/search/157586/senai-ceara-comemora-80-anos-de-atuacao-com-lancamento-de-livro-e-homenagens-na-casa-da-industria>

Em sua obra, HELY LOPES MEIRELLES focalizou, com autoridade, matéria dessa natureza. E fê-lo, realçando que as faltas éticas podem assumir as mais variadas e disfarçadas formas, merecendo destaque o plágio do projeto, que pode tipificar o crime de violação de [direito autoral](#) ([Código Penal](#), art. [184](#)).

É de se acrescentar que o Código de Ética dos Profissionais da Propaganda, que define os princípios éticos que devem nortear a publicidade, estabelece:

“17. O plágio, ou a simples imitação de outra propaganda, é prática condenada e vedada ao profissional.

18. O profissional de propaganda deve conhecer a legislação relativa a seu campo de atividade, e como tal é responsável pelas infrações que, por negligência ou omissão intencional, levar o cliente a cometer, na execução do plano de propaganda que sugeriu e recomendou”.

É cediço que a exigência técnica vindicada pelo edital em testilha encontra guarida na Lei n. [8.666/93](#), que institui normas do processo de licitação e contratação com a Administração Pública.

Resta evidente que a manutenção do certame e conseqüente celebração do contrato para cumprimento do seu objeto com a licitante Gonçalves Cordeiro, à vista do procedimento, viola a competitividade e vai ao encontro da pretensão da Câmara Municipal, face as inúmeras irregularidades aqui demonstradas, cujo escopo maior é selecionar a proposta mais vantajosa para o interesse público.

4 – Em sua estratégia de mídia e não mídia, a licitante Gonçalves Cordeiro apresenta o resumo de investimento no valor final de R\$ 1.199.900,40, uma diferença de R\$ 99,60

reais abaixo do valor definido no edital (R\$ 1.200.000,00), entretanto, para obter esse valor, ela desconsiderou o valor real para o envio, via link, do vídeo de 30” para a TVCA, conforme é cobrado pela emissora, como pode ser observado no quadro abaixo:

material de exibição

1. TIPO DE MATERIAL

Entrega digital

O material é recebido em arquivo através dos players homologados pela globo: Adstream, Voti, Peach (A+V Zorpo)(a). Cada um deles possui especificações de formato e prazos diferenciados para poder atender ao cronograma da globo. Maiores detalhes podem ser obtidos diretamente com cada player.

Uma taxa é aplicada para cobrir os custos com a infraestrutura, como banda larga, servidores, sistemas de distribuição dos comerciais, serviços de upload e download e a remuneração dos players.

O faturamento é feito diretamente pela emissora, os players não cobrarão nenhum valor adicional sobre esse serviço.

Voti: contato@votivideos - 0800-344-8412
Peach (A+V Zorpo): atendimento@peach.mie - 0800-580-0979

Extreme Reach (Adstream): atendimento@adstream.com - 0800-941-9777

Tabela de valores para entrega de materiais:

	Veiculação em área de cobertura diferente da localidade da agência	Veiculação na mesma área de cobertura da localidade da agência
Comerciais	R\$ 415,00 <small>Independientemente da duração, por material/sinal de exibição</small>	R\$ 255,00 <small>Independientemente da duração, por material/sinal de exibição</small>
Vinhetas	R\$ 415,00 <small>Será faturado apenas um envio, independentemente da quantidade de spots</small>	R\$ 255,00

Resumo do Investimento final da Licitante Gonçalves Cordeiro

Resumo do investimento	Custo em orçamentos: R\$ 86.160,00	7,18%
	Custo de mídia: R\$ 1.113.740,40	92,82%
	Valor total: R\$ 1.199.900,40	100%

Portanto se somar o valor do envio do vídeo, conforme documento da emissora, ao valor apresentado pela licitante Gonçalves Cordeiro, o valor final extrapola o limite da verba definida pelo briefing, em R\$ 1.200.155,40 e dessa forma, em desacordo ao exigido no edital.

Ao extrapolar o limite da verba definida do briefing, a licitante supra, não atendeu as exigências do edital, mais precisamente no anexo III, fl. 06, referente a verba referencial, no valor de R\$ 1.200.000,00

Verba Referencial

O orçamento total referencial será de R\$ 1.200.000,00 (Um milhão e Duzentos mil reais)

Período da Campanha

A campanha será veiculada pelo período de 30 dias.

O item 8.12 constante no edital, informa a penalidade das propostas técnicas que não cumprirem as exigências do edital:

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

O art. 41 da Lei 8.666 /93 é inequívoco ao dispor que "a administração **não** pode descumprir as normas e condições do **edital**, ao qual se acha estritamente vinculada". A aplicação do princípio do formalismo moderado ao caso presente **não** pode se descuidar, pois, da regra que vincula a administração às regras do **edital**, uma vez que esta é a razão de ser da licitação pública, pois garante a impessoalidade das decisões administrativas e, por consequência, segurança jurídica aos participantes, seja quanto ao objeto licitado, seja quanto as regras que nortearão o certame.

Por isso o recorrente pleiteia que seja apreciado o pedido feito neste recurso administrativo por *é firme o entendimento no sentido de que, "nos termos do art. 41 da Lei 8.666 /93, 'A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada'" (MS 17.361/DF , Rel. Ministro ARNALDO ESTEVES LIMA, PRIMEIRA SEÇÃO, DJe 1/8/2012).*

5 – A licitante também erra ao utilizar o valor incorreto para anuncio de revista, com uma página na RDM, onde podemos ver no seu mapa, que ela determina a veiculação na 4ª capa (4C) e utiliza o valor da 2ª capa

52

Revista RDM - Anúncio de Revista

Programação: 1.000001

PROGRAMAÇÃO	PERÍODO	PÁG.	N.	DIAS	DIAS	VALOR UNIT. (R\$)	SUBTOTAL (R\$)
ANÚNCIO 1 PÁGINA - 4C DET	MENSAL	881	1	1	1	18.400,00	18.400,00
RESUMO POR MÊS							
						TOTAL DA MEIA (3)	18.400,00
						VALOR REAJUSTADO (2)	18.400,00
						TISC- PADRÃO DE AGENCIA (4)	0,0000%

Condição de Pagamento: 100%
 Valor: _____



Página Dupla 41,0 x 27,5 cm R\$ 19.502,00	1 Página 20,5 x 27,5 cm R\$ 11.998,00 (Determinada) R\$ 11.200,00 (Indeterminada)	Meia Página 20,5 x 13,75 cm R\$ 6.300,00
2ª Capa + Página 3 R\$ 27.755,00	2ª Capa R\$ 16.450,00	4ª Capa R\$ 17.990,00
Última Pág + 3ª Capa R\$ 26.978,00	3ª Capa R\$ 14.980,00	

GRUPO RDM REDE DE MÍDIAS

ESCRITÓRIO CUIABÁ/MT
Rua Hermenegildo Correia Galvão, 147 - Bairro Santa
Tel: (65) 3623-1170 9682-1470 - CEP 78.04
midia@revistardm.com.br

ESCRITÓRIO SÃO PAULO/SP
Rua Alameda Santos, 1817 - C. Cerqueira Cesar

Desta forma, se atualizar o resumo de investimento com o acréscimo do envio do vídeo e a diferença na veiculação do anúncio de revista com o valor correto da 4ª Capa, a licitante Gonçalves Cordeiro utiliza o total de R\$ 1.201.695,40, obtendo uma vantagem indevida na aplicação da verba para mídia e não mídia frente as demais licitantes.

Resumo	Valor envio vídeo	Diferença valor RDM	Total
R\$ 1.199.900,40	+ R\$ 255,00	+ R\$ 1.540,00	1.201.695,40

Subquestito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

A questão envolvendo o **atendimento**, ou **não**, das **especificações técnicas** da verba referencial **não** se restringe a uma simples questão formal, pois versa sobre a própria essência da licitação em foco. O **edital** é claro ao exigir que o orçamento TOTAL referencial seria de R\$ 1.200.000,00

O valor ofertado pela licitante vencedora, **não** atende aos requisitos mínimos do **edital** do certame, uma vez que, conforme vimos acima, ultrapassa o valor máximo constante no anexo XIII, do edital.

Uma vez que a licitante extrapolou o orçamento total referencial, **não** atendeu às **especificações técnicas** constantes no edital, **não** poderia ter sido habilitada no pregão em tela, muito menos ser declarada vencedora, a teor do que dispõe o **edital** do certame, onde (*"A proposta deverá obedecer rigorosamente às especificações constantes do*

A aplicação dos valores errados das inserções na TV Globo interfere diretamente na somatória final apresentada no resumo de investimento da licitante, que aparentemente não extrapolou a verba de R\$ 1.200.000,00, definida pelo edital. Quando na verdade, se aplicar os valores corretos e atualizar o total de investimento na TV Globo o valor apresentado passa de R\$ 148.992,00 para R\$ 152.442,00. Dessa forma, ao atualizar o total do investimento apresentado, com o valor real aqui demonstrado, a licitante Z3 extrapolou a verba, fechando sua estratégia de mídia e não mídia em **R\$ 1.200.607,01**

RESUMO GERAL DE INVESTIMENTO

MÉDIA / CATEGORIA / VEÍCULO	QTD. ANUNCIOS	JULHO/2024												AGOSTO/2024												VALOR TÁRIFA	PACT. MÉDIA			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24			25	26	27
TELEVISÃO ABERTA	31																									R\$ 333.832,00	11,0%			
- SÍMBO	31																									R\$ 148.992,00	11,0%			
- SIF	31																									R\$ 184.840,00	4,2%			
RÁDIO	379																									R\$ 278.452,00	18,0%			
- SACTA FM	100																									R\$ 79.400,00	5,0%			
- VILA RÍMEL	100																									R\$ 19.100,00	5,0%			
- SÁBADO AMERICANO	100																									R\$ 30.100,00	1,0%			
- BAND FM	100																									R\$ 18.200,00	1,2%			
- SÍMBO RÁDIO	119																									R\$ 31.600,00	1,2%			
MÉDIA EXTERNA	400																									R\$ 194.190,00	15,0%			
- SIF ROOM	18																									R\$ 30.840,00	1,0%			
- ROOM - PAINEL DIGITAL	8																									R\$ 8.100,00	0,7%			
- INTERIM	5																									R\$ 41.700,00	4,0%			
- ROOM	14																									R\$ 36.300,00	1,0%			
- ROOM - TELA EM ESTABELECIMENTOS	14																									R\$ 36.300,00	0,7%			
- TELA	30																									R\$ 71.900,00	0,7%			
JORNAL	30																									R\$ 45.800,00	3,0%			
- JORNAL ESTADO MATO GROSSO	1																									R\$ 19.900,00	1,0%			
- JORNAL ESTADO DE GOIÁS	1																									R\$ 21.600,00	1,0%			
REVISTA	30																									R\$ 11.200,00	0,9%			
- REVISTA SEM MATO GROSSO	1																									R\$ 11.200,00	0,9%			
INTERNET	19.017.079																									R\$ 396.960,00	31,0%			
- META	1.427.179																									R\$ 70.000,00	1,0%			
- GOOGLE	5.380.000																									R\$ 118.200,00	10,0%			
- NEWS	12.209.900																									R\$ 208.760,00	8,0%			
RECURSOS PROPRIETÁRIOS	12.000.000																													
- SACUBOTA - MATO GROSSO (OFICIAL CÂMARA MUNICIPAL DE LUZIANA)	10 publicações																													
- RÁDIO CÂMARA LUZIANA	800 inserções																													
- FOLHETO OFICIAL CÂMARA MUNICIPAL DE LUZIANA / TV CÍRQUE	10 publicações																													
- OFÍCIO CÂMARA DE LUZIANA	30 inserções																													
- COMPUTADORES DO COLONIZADOR DA CÂMARA MUNICIPAL DE LUZIANA	30 inserções																													
- PAINEL CÂMARA MUNICIPAL DE LUZIANA	1 painel																													
- CARTÃO DE PAINEL PARA MÓDULO NA CÂMARA MUNICIPAL DE LUZIANA	10 inserções																													
TOTAL MÉDIA + PRODUÇÃO																										R\$ 1.207.157,01	100%			

Licitante Genius

7 – A licitante Genius utiliza o valor errado em sua estratégia de mídia e não mídia, para veiculação de anúncio em página determinada da revista RDM

Meio	Veículo	Formato	Inser.	Setembro	%
Impressa	Revista Camalote	Anúncio Página Dupla Indeterminada - Formato 44,6 x 29,5 cm	1	R\$ 25.767,00	2,4%
Impressa	Revista RDM	Anúncio 2º Capa 20,5x27,5 cm	1	R\$ 21.500,00	2,0%

Quando na verdade, o valor real para anúncio para a 2ª capa é R\$ 16.450,00, como podemos ver na tabela de valores da Revista RDM



 Página Dupla 41,0 x 27,5 cm R\$ 19.502,00	 1 Página 20,5 x 27,5 cm R\$ 11.998,00 (Determinada) R\$ 11.200,00 (Indeterminada)	 Meia Página 20,5 x 13,75 cm R\$ 6.300,00
2ª Capa + Página 3 R\$ 27.755,00	2ª Capa R\$ 16.450,00	4ª Capa R\$ 17.990,00
Última Pág + 3ª Capa R\$ 26.978,00	3ª Capa R\$ 14.980,00	

GRUPO RDM REDE DE MÍDIAS

ESCRITÓRIO CUIABÁ/MT
Rua Hermenegildo Correia Galvão, 147 - Bairro Santa
Tel.: (65) 3623-1170 9682-1470 - CEP 78.04
midia@revistardm.com.br

ESCRITÓRIO SÃO PAULO/SP
Rua Alameda Santos, 1817 Cj 112 - Cerqueira Cesar

IV. PEDIDOS

Em observância aos erros apontados neste recurso, praticados pelas licitantes GONÇALVES CORDEIRO, Z3 e GENIUS, resta cristalino que as licitantes não atenderam às mínimas exigências do edital de licitação, o que as inabilita à execução da atividade de prestação de serviço público a que se propuseram, razão pela qual REQUER-SE o recebimento e, ao final, seja declarada a total procedência deste recurso para que se:

- Seja desclassificada a licitante GONÇALVES CORDEIRO pela ausência do arquivo no pendrive entregue a comissão licitante, nos termos acima expostos;
- Seja zerada a nota do quesito Ideia Criativa da licitante GONÇALVES CORDEIRO por regra do edital a desclassificação da mesma;
- Seja zerada a nota do quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia das licitantes GONÇALVES CORDEIRO e Z3 e suas desclassificações por desrespeito as normas constantes no edital, ao extrapolar o limite da verba definida no briefing, Anexo III, fl. 06, referente a verba referencial, no valor de R\$ 1.200.000,00;
- A recontagem de pontos da estratégia de mídia e não mídia da licitante Genius, com sua posterior desclassificação.

Termos em que, pede deferimento.

Cuiabá/MT, 05 de novembro de 2024.

J. V. FERMINO DA SILVA – ME (IMAGINE PROPAGANDA)