



À
Prefeitura Municipal de Araxá
Subcomissão Técnica

INTERPOSIÇÃO DE RECURSO
 PROCESSO LICITATÓRIO Nº 206/2021
 Modalidade Concorrência nº 03.008/2021

Campos Propaganda Ltda - ME, pessoa jurídica de direito privado, estabelecida na cidade de Araxá, MG, inscrita no CNPJ 00.436.525/0001-74, na qualidade de licitante, conforme o item 18.1 do referido edital e nos termos do artigo 109 da Lei Federal nº 8.666/93, vem apresentar seu recurso, o que faz nos seguintes termos:

Em relação a proposta da agência Campos Propaganda

1	<p>Na ata da subcomissão de avaliação técnica são feitas algumas ponderações em relação ao quesito Raciocínio Básico da licitante.</p> <p style="text-align: center;"><i>A) “Apresenta erros de padronização de siglas, como por exemplo, Prefeitura Municipal de Araxá, não está correspondente (PM de Araxá, por exemplo, sendo que o usual é PMA).”</i></p> <p>A abreviatura utilizada é referendada pela Academia Brasileira de Letras – ABL, conforme é apresentado no site da instituição (https://www.academia.org.br/nossa-lingua/reducoes).</p> <p>Requeremos que seja revista a pontuação da Agência Campos Propaganda no quesito Raciocínio Básico.</p>
---	--

2	<p>Na ata da subcomissão de avaliação técnica são feitas algumas ponderações em relação ao quesito Raciocínio Básico da licitante.</p> <p>B) <i>“focaram em ressaltar assuntos abrangentes de forma desconexas com a temática como: Dengue, Reformas, Água e Esgoto.”</i></p>
	<p>O edital apresenta no Anexo 1 – Briefing, os seguintes itens:</p> <p><i>“2.2 - Para representar essa nova forma de administrar, a Prefeitura de Araxá passa a adotar como slogan da administração o conceito <u>“NOSSO COMPROMISSO É COM VOCÊ”</u>, enfatizando que todas as ações do governo estão dirigidas ao atendimento da população araxense, que deve perceber-se como prioridade de todos os atos da Administração.”</i></p> <p><i>“3.1 - Este termo tem o objetivo de estabelecer parâmetros para a contratação de empresa especializada na oferta de serviços de publicidade para atender a Prefeitura Municipal de Araxá. Tal empresa deverá apresentar capacidade técnica e operacional para executar atividades de planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação, supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, incluindo também veículos da mídia digital, <u>sempre com o objetivo de divulgação dos atos da administração, suas atividades, propostas, programas e projetos em benefício da comunidade.</u>”</i></p> <p><i>“4.4.12 - Observa-se, portanto, que a comunicação governamental visando a <u>prestação de contas</u>, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas e o <u>reconhecimento das ações promovidas nos campos político, econômico e social</u> é de vital importância para o atingimento das metas estabelecidas.”</i></p>

	<p>A Campos Propaganda demonstrou conhecimento sobre as ações desenvolvidas pela gestão municipal conforme solicitado nos itens do <i>briefing</i> e também apresentou uma campanha fundamentada sobre a Covid-19. Com base nos fatos apresentados, requeremos que seja revista a pontuação da Agência Campos Propaganda no quesito Raciocínio Básico.</p>
3	<p>Na ata da subcomissão de avaliação técnica são feitas algumas ponderações em relação ao quesito Estratégia de Comunicação Publicitária da licitante.</p> <p style="padding-left: 40px;">A) <i>“Dentro das suas estratégias houve boas sugestões de mídias tradicionais, porém, não citaram motivos relevantes sendo assim, dispersos do objetivo da campanha sugerida pelo Briefing.”</i></p> <p>O Edital apresenta em seu item:</p> <p>10.11.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o desafio de comunicação a ser enfrentado e alcançar os objetivos de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:</p> <p>a) Explicitação e <u>defesa do partido temático e do conceito</u> que, de acordo com seu Raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;</p> <p>b) <u>Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária</u> sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.</p> <p>A agência Campos Propaganda atendeu por completo o que foi solicitado no item 10.11.2 do edital. Entendemos que a subcomissão técnica deve ater-ser no que foi solicitado no edital. Com base nos fatos apresentados, requeremos que seja revista a pontuação da Agência</p>

	Campos Propaganda no quesito Estratégia de Comunicação Publicitária.
4	<p>Na ata da subcomissão de avaliação técnica são feitas algumas ponderações em relação ao quesito Ideia Criativa.</p> <p>A) <i>“Algumas peças apresentam-se ilegíveis e de qualidade a desejar”.</i></p> <p>A agência Campos Propaganda apresentou as peças com alta resolução e de fácil leitura. Solicitamos que a Subcomissão Técnica identifique quais peças estão ilegíveis e o que ela considera de “qualidade a desejar”, para que possamos apresentar as contrarrazões.</p>
5	<p>Na ata da subcomissão de avaliação técnica são feitas algumas ponderações em relação ao quesito Capacidade de Atendimento.</p> <p>A) “a empresa não apresentou histórico de atuação do mercado.” B) “a lista de atendimento ao município é limitada.”</p> <p>O Edital apresenta em seu item:</p> <p>7.6 - A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante apresentará, dentro do limite máximo de 20 páginas:</p> <p>a) Relação nominal dos seus principais clientes, com a especificação do ramo de atividade de cada um deles.</p> <p>b) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio/TV/cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.</p> <p>c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do Contrato:</p>

	<p>c1) A sistemática de atendimento discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia.</p> <p>c2) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Município, sem ônus adicionais, na vigência do Contrato.</p> <p>A agência Campos Propaganda atendeu o que foi solicitado, pois no referido edital, não solicita “histórico de atuação do mercado”, e sim “relação nominal dos clientes”, por isso, a subcomissão técnica deve reavaliar a pontuação da licitante.</p> <p>Em relação ao argumento “a lista de atendimento ao município é limitada.”, a subcomissão técnica deve avaliar a proposta com embasamento no edital. Pois o edital solicita no item 7.6 “A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio/TV/cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.”. A agência Campos Propaganda discriminou os profissionais que estarão à disposição em cada área. Em nenhum momento o edital discorre sobre a quantidade de profissionais. A subcomissão inovou e extrapolou o edital. Requeremos que seja revista a pontuação da Agência Campos Propaganda no quesito Capacidade de Atendimento.</p>
6	<p>Na ata da subcomissão de avaliação técnica são feitas algumas ponderações em relação ao quesito Repertório.</p> <p>A) <i>“As fichas técnicas bastante resumidas”.</i></p> <p>O Edital apresenta em seu item:</p>

	<p>7.8.2 - Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a <u>indicação sucinta</u> do problema que se propôs a resolver e a identificação da Licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.</p> <p>A agência Campos Propaganda atendeu o que foi exigido no edital, apresentou de forma sucinta a ficha técnica. Requeremos que seja revista a pontuação da Agência Campos Propaganda no quesito Repertório.</p>
7	<p>Na ata da subcomissão de avaliação técnica são feitas algumas ponderações em relação ao quesito Relato de Soluções de Problemas de Comunicação (Case).</p> <p>A) <i>“Algumas peças impressas apresentaram má qualidade de resolução e não foi apresentado resultados efetivos.”</i></p>
	<p>O Edital apresenta em seu item:</p> <p>10.18 - A licitante deverá apresentar 1 (um) Relato de Solução de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 3 (três) páginas, em que serão descritas soluções bem sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.</p> <p>A agência Campos Propaganda atendeu o que foi exigido no edital, descreveu as soluções apresentadas. Requeremos que seja revista a pontuação da Agência Campos Propaganda no quesito Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.</p> <p>A licitante também apresentou as peças com alta resolução e de fácil leitura. Solicitamos que a Subcomissão Técnica identifique quais peças</p>

	estão em “má qualidade”, para que possamos apresentar as contrarrazões
--	--

Em relação a proposta da agência Atitude Comunicação

8	<p>O Edital apresenta em seu item:</p> <p>7.6 - A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante apresentará, dentro do limite máximo de 20 páginas:</p> <p>b) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, <u>discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio/TV/cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.</u></p> <p>A licitante Atitude Comunicação, não discriminou o profissional e área de estudo, item que está contemplado no edital.</p> <p>Requeremos que a subcomissão técnica reavalie a pontuação da Atitude Comunicação em relação ao não cumprimento do item 7.6 do edital - Quantificação e Qualificação.</p>
9	<p>Em relação ao quesito Ideia Criativa, a Atitude Comunicação apresenta erros na elaboração das peças. No roteiro do Spot tem o elemento de cenas, o que não condiz com a característica da peça.</p> <p>Requeremos que a subcomissão técnica reavalie a pontuação da Atitude Comunicação em relação ao item Ideia Criativa.</p>

Em relação a proposta da agência Casasanto

10	<p>O Edital apresenta em seu item:</p> <p>7.6 - A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante apresentará, dentro do limite máximo de 20 páginas:</p> <p>b) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que</p>
----	--

	<p>poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, <u>discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio/TV/cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.</u></p> <p>A licitante Casasanto, não discriminou os profissionais e áreas de estudo, produção de rádio/TV/cinema e produção gráfica, itens que estão contemplados no edital.</p> <p>Requeremos que a subcomissão técnica reavalie a pontuação da Casanto em relação ao não cumprimento do item 7.6 do edital - Quantificação e Qualificação.</p>
--	--

Em relação a proposta da agência Brasil 84

11	<p>O Edital apresenta em seu item:</p> <p>7.6 - A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante apresentará, dentro do limite máximo de 20 páginas:</p> <p>b) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, <u>discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio/TV/cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.</u></p> <p>A licitante Brasil 84, não discriminou o profissional e área de estudo, item que está contemplado no edital.</p> <p>Requeremos que a subcomissão técnica reavalie a pontuação da Brasil 84 em relação ao não cumprimento do item 7.6 do edital - Quantificação e Qualificação.</p>
12	<p>O Edital apresenta em seu item:</p> <p>10.11.3 - Ideia Criativa: apresentação pela Licitante de exemplos de peças que corporifiquem a mensagem publicitária, com fontes e espaçamentos à livre escolha da licitante, observadas as seguintes disposições:</p>

<p>11.11.3.2 - Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 10.11.3:</p> <p>a) <u>Estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material.</u></p> <p>A licitante Brasil 84, conforme o plano de comunicação via não identificada, no item Ideia Criativa, apresenta nas páginas 6 a 9, um total de trinta e uma peças publicitárias.</p> <p>Requeremos que a subcomissão técnica reavalie a pontuação da Brasil 84 em relação ao não cumprimento da alínea 'b' do subitem 10.11.3.</p>

Nesses termos, pede deferimento.

Araxá, 10 de dezembro de 2021.



Wesley Sebastião de Almeida
Campos Propaganda Ltda.