ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES DO SENAR - MT.

EDITAL DE LICITAÇÃO: 004/2022

PROCESSO: 39409/2021

MODALIDADE: CONCORRÊNCIA

A LICITANTE MONTE CRISTO EIRELI, também nominada, **MONTE CRISTO STUDIO**, CNPJ: 22.744.232/0001-97 com sede na Avenida Historiador Rubens de Mendonça nº 2254, 4º Andar, Sala 405, Bosque da Saúde, Cuiabá/MT, CEP: 78.050-000, por intermédio de seu representante legal Fabricio Cardoso Alves, brasileiro, casado, publicitário, portador da C.I RG nº1488812-2 SSP/MT, inscrito no CPF/MF sob nº 967.465.561-15, residente e domiciliado na Rua Atenas, 165, Golden Green Residence, Torre 02, Apto 65, Despraiado, CEP: 78.048-080 Cuiabá/MT, endereço eletrônico: fabricio@montecristoag.com.br, homepage: www.montecristoag.com.br, , vem respeitosamente à presença de Vossa Senhoria, com fundamento nos dispositivos constitucionais expressos no art. 5º, inciso XXXIV, letra "a" e inciso LV, ambos da Constituição Federal e no art. 109, da Lei Federal nº8.666/93, apresentar

RECURSO ADMINISTRATIVO

Contra a decisão da Ilustríssima Comissão do SENART/MT, a qual apresentou a desclassificação da referida agência participante do certame, conforme ata de julgamento número 004, 2ª Sessão, abertura dos envelopes 2, apresentada na sessão do dia 18 de março de 2022 às 8hr30min pela comissão técnica, pelas razões de fato e de direito a seguir expostos, requerendo para tanto sua apreciação, julgamento e admissão. Pugna a recorrente, a fim do total respeito aos princípios basilares que regem os certames licitatórios e que devem ser fielmente seguidos por esta respeitosa entidade.

DA TEMPESTIVIDADE

Preliminarmente cumpre observar a tempestividade deste recurso, porquanto a Comissão Permanente de Licitação do SENAR/MT, disponibilizou os links para acesso ao material no dia 28 de março de 2022, através do site: www.sistema famato.org.br e também através do e-mail da comissão permanente de licitação: cpl@senarmt.org.br, bem como, no mesmo ato concedeu prazo de 05 (cinco) dias úteis para análise e interposição de recursos.

Sendo protocolado este recurso até o dia 01.04.2022, resta cristalina sua tempestividade.

DAS RAZÕES DO RECURSO

O SENAR/MT instaurou procedimento licitatório, na modalidade Concorrência, com o seguinte objeto:

Constitui objeto do presente instrumento a especificação para contratação de 02 (duas) agências especializadas na prestação de SERVIÇO DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE, para atender ao Serviço Nacional de Aprendizagem Rural Administração Regional do Estado de Mato Grosso – SENAR/MT, conforme condições, quantidades e especificações constantes neste Edital e seus anexos.

E demais atribuições nas condições estipuladas pelo edital do certame.

No dia 18 de março de 2022, as 08:30 os membros da Comissão Permanente de Licitação do SENAR/MT se reuniram para realização da 2º Sessão Pública da Concorrência n.º 004/2022.

Em atenção ao EDITAL, procedeu-se a abertura do envelope n.º 2, devidamente analisado e rubricado pelos licitantes, contendo o Plano de Comunicação Publicitária – via identificada (Quesito 1), constituído de uma cópia da via não identificada.

Em seguida, feita a identificação de todos os invólucros, foi elaborada uma planilha geral de pontuação técnica, onde se encontram compiladas as notas técnicas dos invólucros nº 1 e nº 2 (Planos de Comunicação Publicitária) e do

Invólucro nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação).

A Comissão Permanente de Licitação do SENAR/MT, ao final proclamou como resultado do julgamento geral da proposta técnica, tendo a licitante RENCA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA, terminando na primeira colocação e a ZIAD A. FARES PUBLICIDADE na segunda colocação da parte técnica, com as respectivas notas de: 90,7 e 88,1.

Deste mesmo certame, a empresa **MONTE CRISTO EIRELI**, aqui recorrente, foi considerada **DESCLASSIFICADA**, por apresentar no Envelope I – Via Não Identificada, margem diferente da estipulada pelo edital deste certame.

Ocorre que, aberta a fase de análise dos invólucros pelas empresas licitantes, a recorrente observou que não foi a única a ter violado esse quesito, apesar de ter sido a única desclassificada por esse motivo. A empresa **ZIAD A. FARES PUBLICIDADE**, em segundo lugar no certame, juntamente com as empresas **FCS COMUNICAÇÃO S/A, e MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA**, também extrapolaram esse quesito, mas se encontram classificadas.

Também há de se observar que a Recorrente, desclassificada, mesmo seguindo fielmente o Briefing, obteve baixa pontuação em alguns subquesitos havendo uma **discrepância de notas superior à 20% em relação ao primeiro colocado, o que pelo Lei 12.232/10, em seu Art. 6º, VII**, demanda reexame, vejamos:

> "**VII** - a subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;"

Recorre-se da decisão face da distribuição de pontos principalmente para esta empresa Recorrente quanto ao fiel cumprimento do objeto do certame, sua estratégia de comunicação, Plano de Mídia e Não Mídia da Empresa, vez que não concorda com as avaliações feitas, principalmente quando confrontadas não só com as análises técnicas em favor da empresa que sagrou-se vencedora da parte técnica, e **ressalta-se que a empresa vencedora falhou com as informações constatadas em sua análise de resumo de investimento em produção, tratando erroneamente sua distribuição de preços, induzindo assim um número inexistente e impossível de ser alcançado por vias normais.**

Conforme se denotará a seguir, ao longo da explanação técnica e jurídica das presentes razões recursais, há necessidade de uma melhor verificação substancial na documentação apresentada pela recorrente.

Nesse contexto, entende-se que o acolhimento do presente recurso, em sua integral extensão, tal como se espera, tem o condão de rever os critérios apresentados ao não agir com isonomia quanto as desclassificações e também reexaminar as pontuações consideradas pela Comissão Permanente de Licitações do SENAR/MT a fim de que seja respeitado o julgamento objetivo intrínseco aos ditames licitatórios e que seja dado prosseguimento a licitação.

DA FUNDAMENTAÇÃO JURÍDICA

DO JULGAMENTO DOS ENVELOPES. DESCUMPRIMENTO AS REGRAS DO EDITAL. FALTA DE ISONOMIA COM O JULGAMENTO DAS DEMAIS EMPRESAS PARTICIPANTES

Preliminarmente, urge-se destacar que não é intuito desta licitante impedir ou simplesmente atrapalhar o normal trâmite do certame em tela, nem mesmo trazer dúvidas acerca da competência do trabalho exercido por esta respeitosa Comissão Permanente de Licitações ou questionar sem fundamento suas decisões.

Busca-se tão somente o respeito aos princípios basilares que regem nossa Administração Pública, previstos em nossa Constituição Federal e no artigo 3º da Lei de Licitações nº 8.666/93, corroborados pela lei 12.232/2010, assim com a necessidade da contratação por parte da entidade, a qual sabe que é de extrema urgência e importância da melhor maneira possível.

A administração pública deve sempre pautar seus atos com base nos princípios norteadores do Direito Administrativo e outra não seria a aplicação nos casos de licitação. O artigo 3º da Lei Federal nº 8.666/93, assim dispõe:

> "**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".

Quanto a vinculação ao edital, este constitui a "lei interna da licitação" e, por isso, vincula aos seus termos tanto a Administração como os particulares. Para Di Pietro *"...trata-se de princípio essencial cuja inobservância enseja nulidade do procedimento"*. (Di Pietro, 1999,299) É, no dizer de Hely Lopes, o *"princípio básico de toda licitação"*.

Além disso, temos que o princípio do julgamento objetivo é decorrência lógica do anterior. **Impõe-se que a análise das propostas se faça com base no critério indicado no ato convocatório e nos termos específicos por ela definidos.**

O que se almeja é, nos dizeres do eminente Celso Antônio, *"impedir que a licitação seja decidida sob o influxo do subjetivismo, de sentimentos, impressões ou propósitos pessoais dos membros da comissão julgadora"* (Celso Antônio, 1998, p. 338).

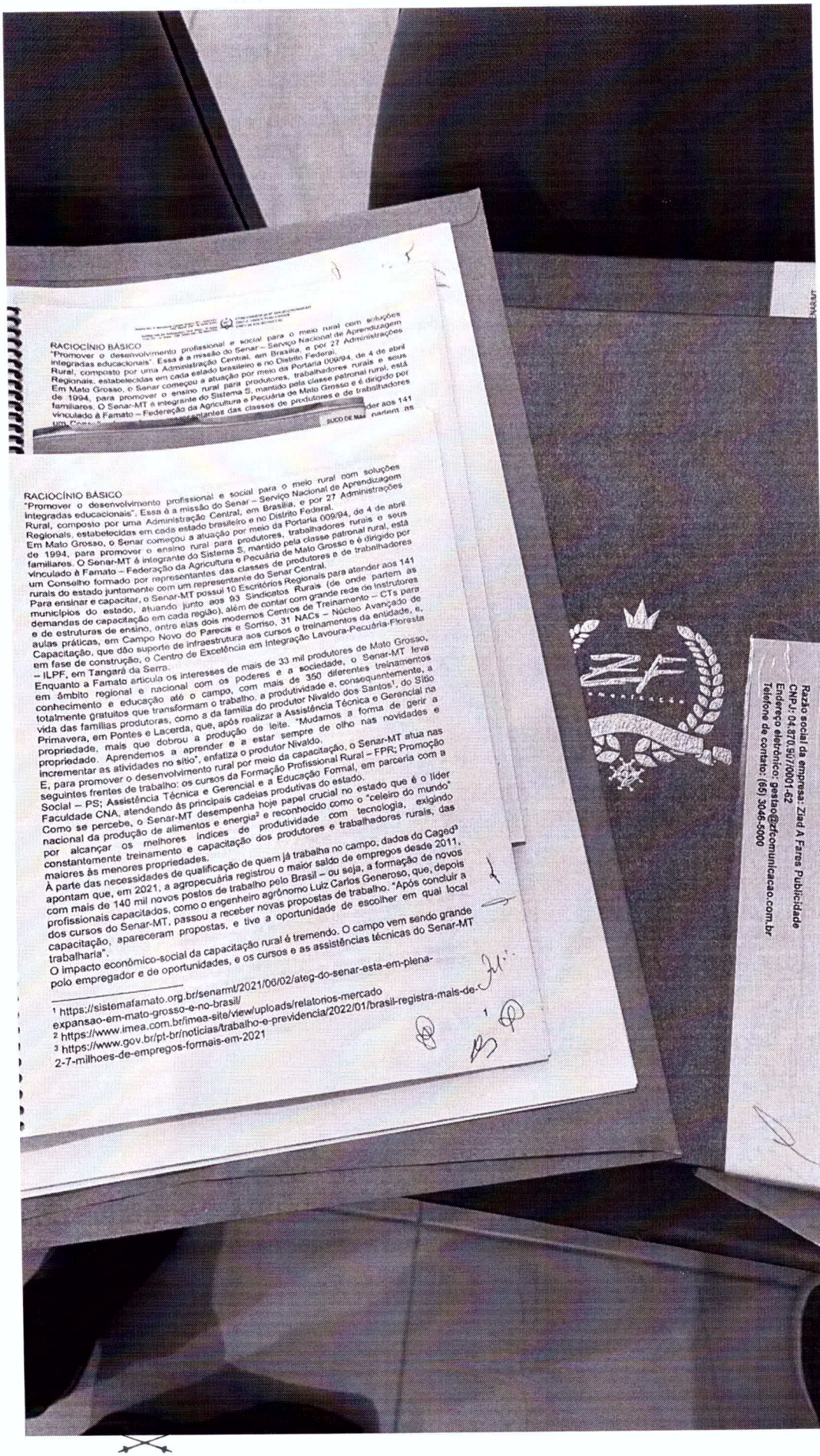
Ocorre que, o Edital em seu quesito 5.3.1.1.3 determina a forma como deve ser condicionada a Proposta I - Via Não Identificada, e nele temos:

5.3.1.1.3. O **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA VIA NÃO IDENTIFICADA** deverá ser redigido em língua portuguesa, com exceção feita a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, e elaborado da seguinte forma:

- Em papel A4, sulfite, com gramatura de 75 g/m2, medindo 210 X 297 mm;
- Toda impressão em preto e branco, salvo Ideia Criativa;
- Com espaçamento de 02 cm (dois centímetros) nas margens direita, esquerda, superior e inferior a partir da borda;
- Sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- Com textos justificados;
- Com espaçamento "simples" entre as linhas;
- Com texto em fonte "Arial", tamanho 12 pontos;

Com o devido destaque para o subitem em que se lê: "Com espaçamento de 02 cm (dois centímetros) nas margens direita, esquerda, superior e inferior a partir da borda". Quesito esse que levou a desclassificação da recorrente, por não apresentar margem em conformidade com o edital, porém, para estranhamento de todos, não foi o critério utilizado pela comissão julgadora com as demais agências, como podemos ver nas imagens a seguir:

I) ZIAD A. FARES PUBLICIDADE



RACIOCÍNIO BÁSICO

"Promover o desenvolvimento profissional e social para o meio rural com soluções integradas educacionais". Essa é a missão do Senar – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural, composto por uma Administração Central, em Brasília, e por 27 Administrações Regionais, estabelecidas em cada estado brasileiro e no Distrito Federal.

Em Mato Grosso, o Senar começou a atuação por meio da Portaria 009/94, de 4 de abril de 1994, para promover o ensino rural para produtores, trabalhadores rurais e seus familiares. O Senar-MT é integrante do Sistema S, mantido pela classe patronal rural, está vinculado à Famato – Federação da Agricultura e Pecuária de Mato Grosso e é dirigido por um Conselho formado por representantes das classes de produtores e de trabalhadores rurais do estado juntamente com um representante do Senar Central.

Para ensinar e capacitar, o Senar-MT possui 10 Escritórios Regionais para atender aos 141 municípios do estado, atuando junto aos 93 Sindicatos Rurais (de onde partem as demandas de capacitação em cada região), além de contar com grande rede de instrutores e de estruturas de ensino, entre elas dois modernos Centros de Treinamento – CTs para aulas práticas, em Campo Novo do Parecis e Sorriso, 31 NACs – Núcleo Avançado de Capacitação, que dão suporte de infraestrutura aos cursos e treinamentos da entidade, e, em fase de construção, o Centro de Excelência em Integração Lavoura-Pecuária-Floresta – ILPF, em Tangará da Serra.

Enquanto a Famato articula os interesses de mais de 33 mil produtores de Mato Grosso, em âmbito regional e nacional com os poderes e a sociedade, o Senar-MT leva conhecimento e educação até o campo, com mais de 350 diferentes treinamentos totalmente gratuitos que transformam o trabalho, a produtividade e, consequentemente, a vida das famílias produtoras, como a da família do produtor Nivaldo dos Santos[1], do Sítio Primavera, em Pontes e Lacerda, que, após realizar a Assistência Técnica e Gerencial na propriedade, mais que dobrou a produção de leite. "Mudamos a forma de gerir a propriedade. Aprendemos a aprender e a estar sempre de olho nas novidades e incrementar as atividades no sítio", enfatiza o produtor Nivaldo.

E, para promover o desenvolvimento rural por meio da capacitação, o Senar-MT atua nas seguintes frentes de trabalho: os cursos da Formação Profissional Rural – FPR; Promoção Social – PS; Assistência Técnica e Gerencial e a Educação Formal, em parceria com a Faculdade CNA, atendendo às principais cadeias produtivas do estado.

Como se percebe, o Senar-MT desempenha hoje papel crucial no estado que é o líder nacional da produção de alimentos e energia[2] e reconhecido como o "celeiro do mundo" por alcançar os melhores índices de produtividade com tecnologia, exigindo constantemente treinamento e capacitação dos produtores e trabalhadores rurais, das maiores às menores propriedades.

À parte das necessidades de qualificação de quem já trabalha no campo, dados do Caged[3] apontam que, em 2021, a agropecuária registrou o maior saldo de empregos desde 2011, com mais de 140 mil novos postos de trabalho pelo Brasil – ou seja, a formação de novos profissionais capacitados, como o engenheiro agrônomo Luiz Carlos Generoso, que, depois dos cursos do Senar-MT, passou a receber novas propostas de trabalho. "Após concluir a capacitação, apareceram propostas, e tive a oportunidade de escolher em qual local trabalharia".

O impacto econômico-social da capacitação rural é tremendo. O campo vem sendo grande polo empregador e de oportunidades, e os cursos e as assistências técnicas do Senar-MT

---

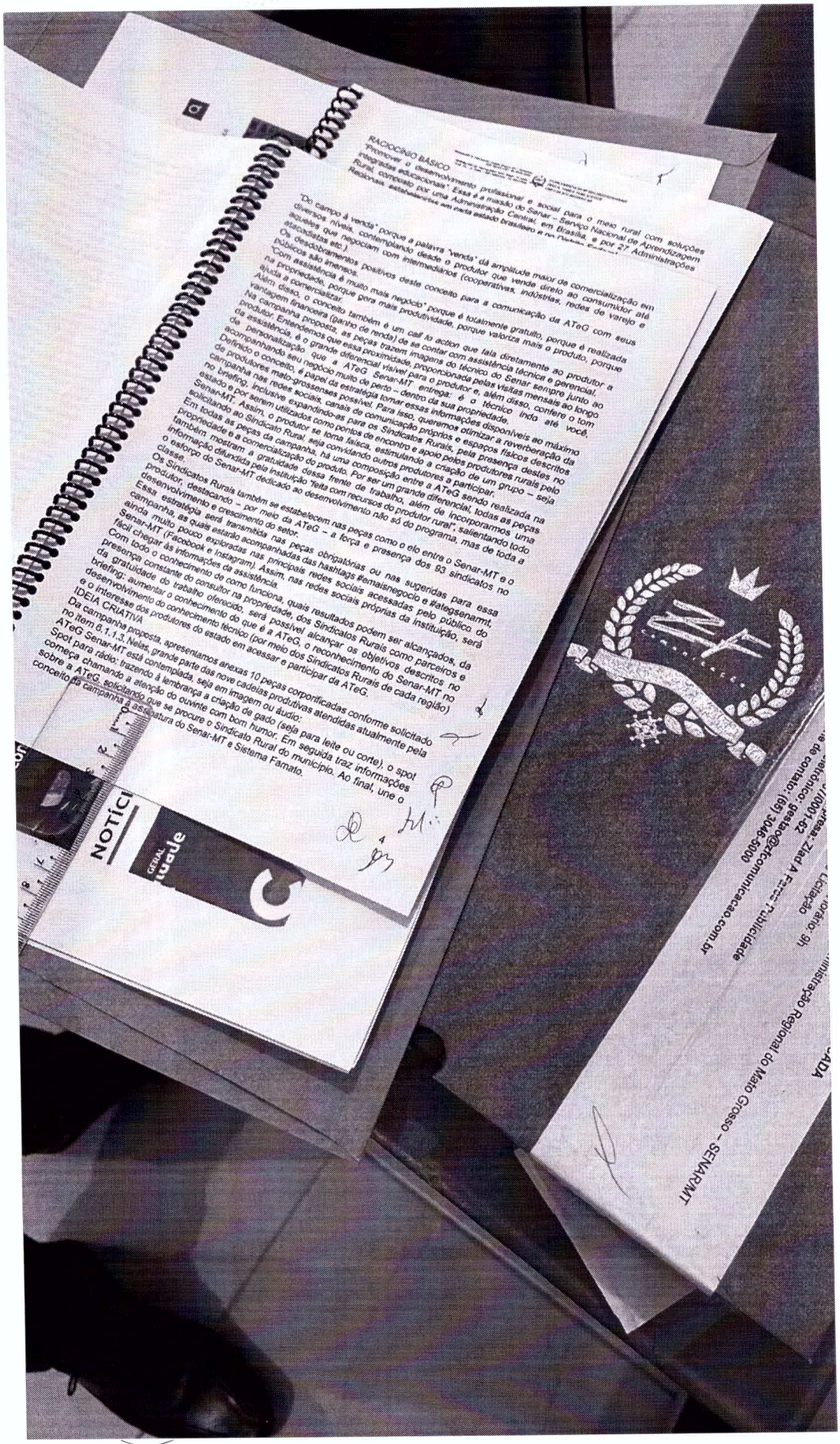
[1] https://sistemafamato.org.br/senarmt/2021/06/02/ateg-do-senar-esta-em-plena-expansao-em-mato-grosso-e-no-brasil/

[2] https://www.imea.com.br/imea-site/view/uploads/relatorios-mercado

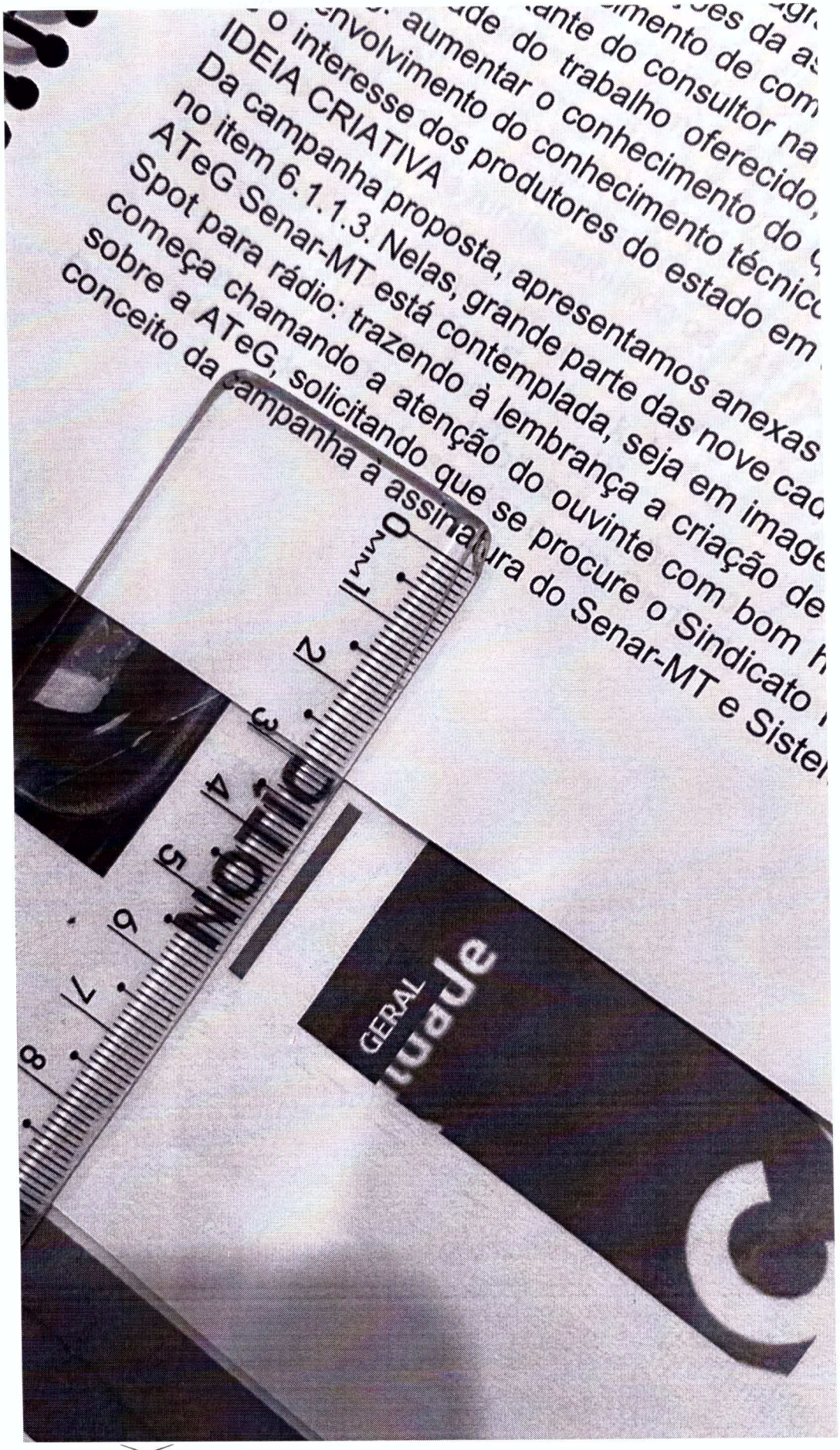
[3] https://www.gov.br/pt-br/noticias/trabalho-e-previdencia/2022/01/brasil-registra-mais-de-2-7-milhoes-de-empregos-formais-em-2021

Razão social da empresa: Ziad A Fares Publicidade
CNPJ: 04.870.917/0001-62
Endereço eletrônico: pestao@zfcomunicacao.com.br
Telefone de contato: (65) 3046-5000

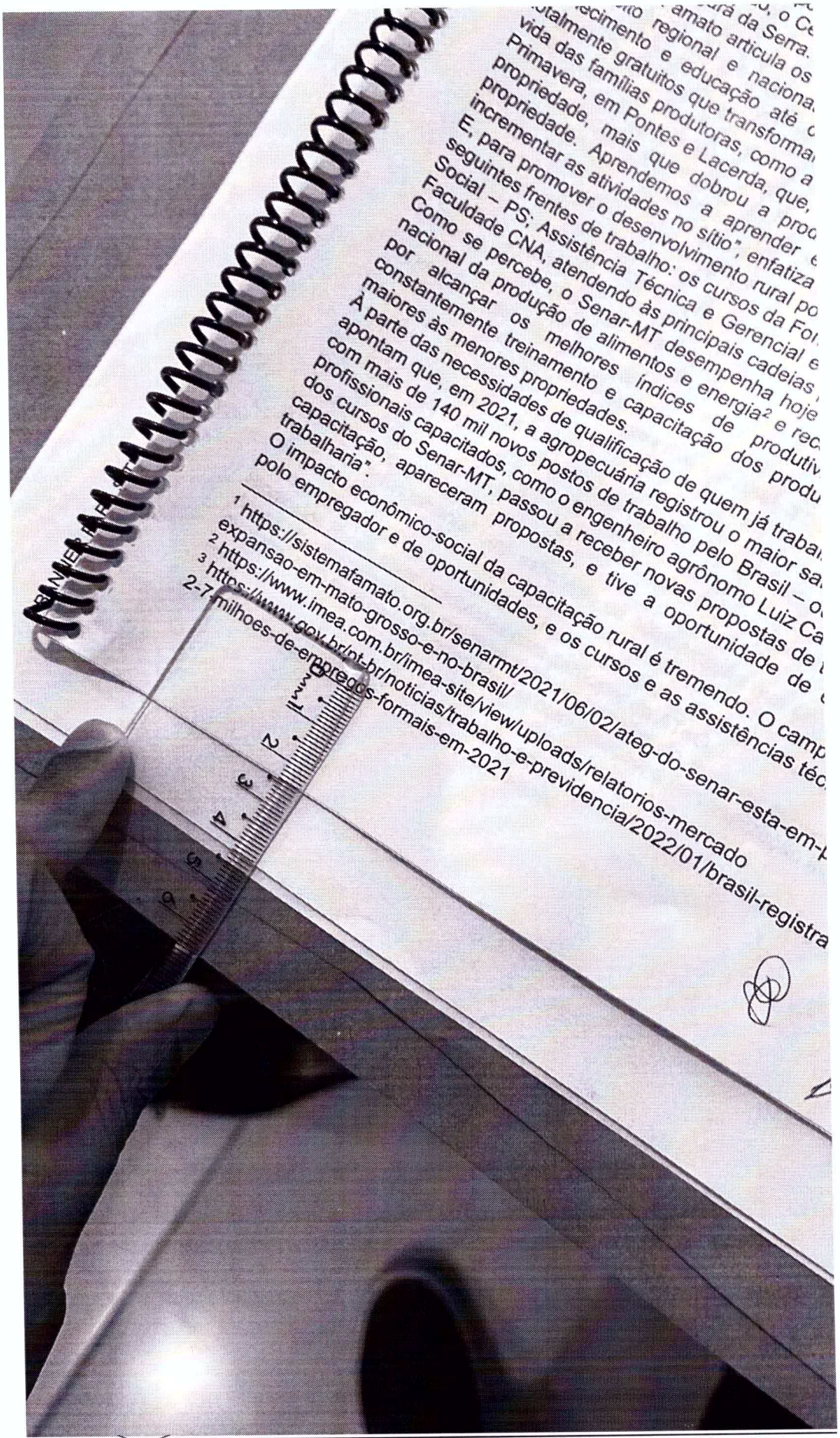
MONTE CRISTO®



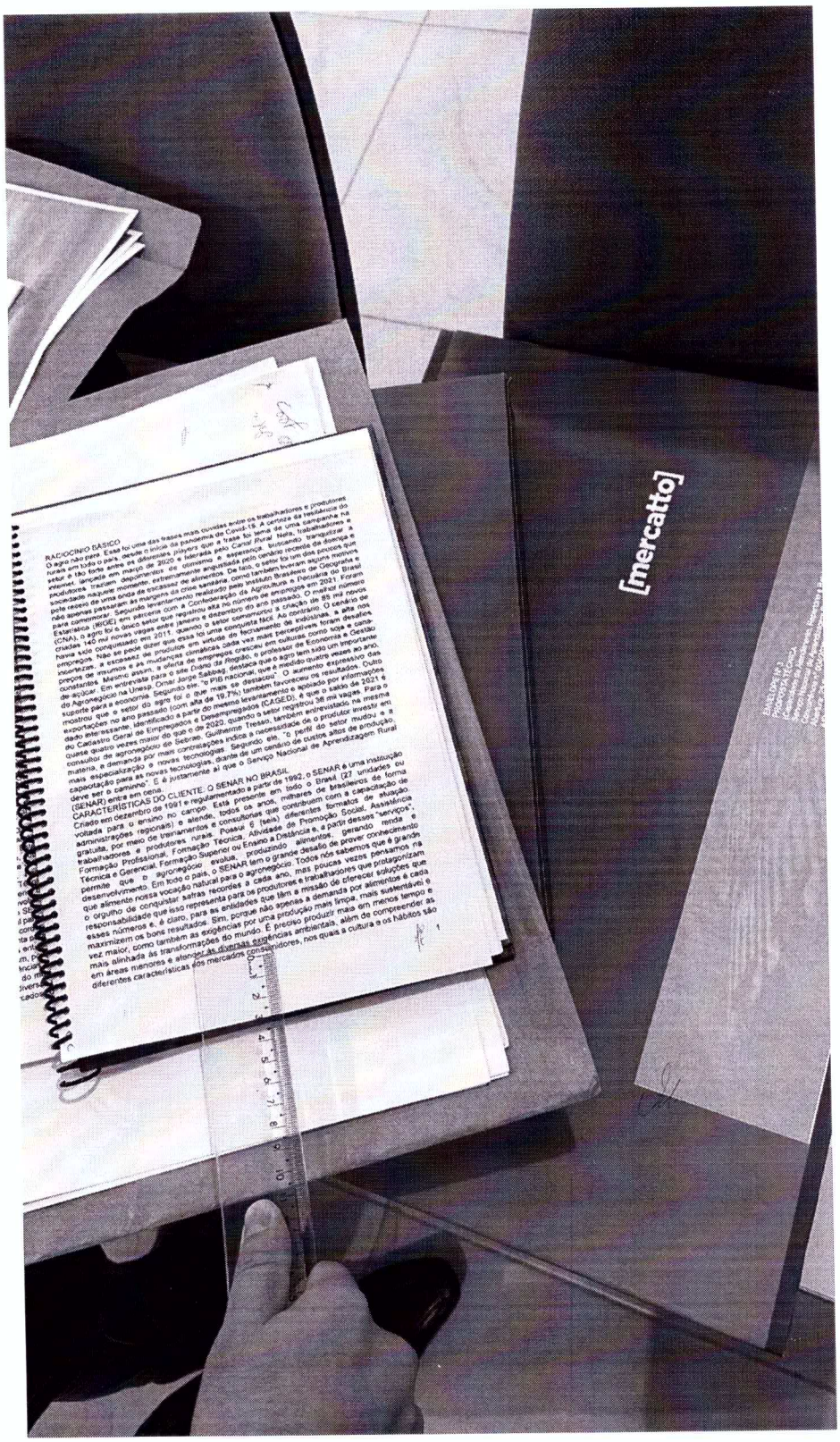
MONTE CRISTO®

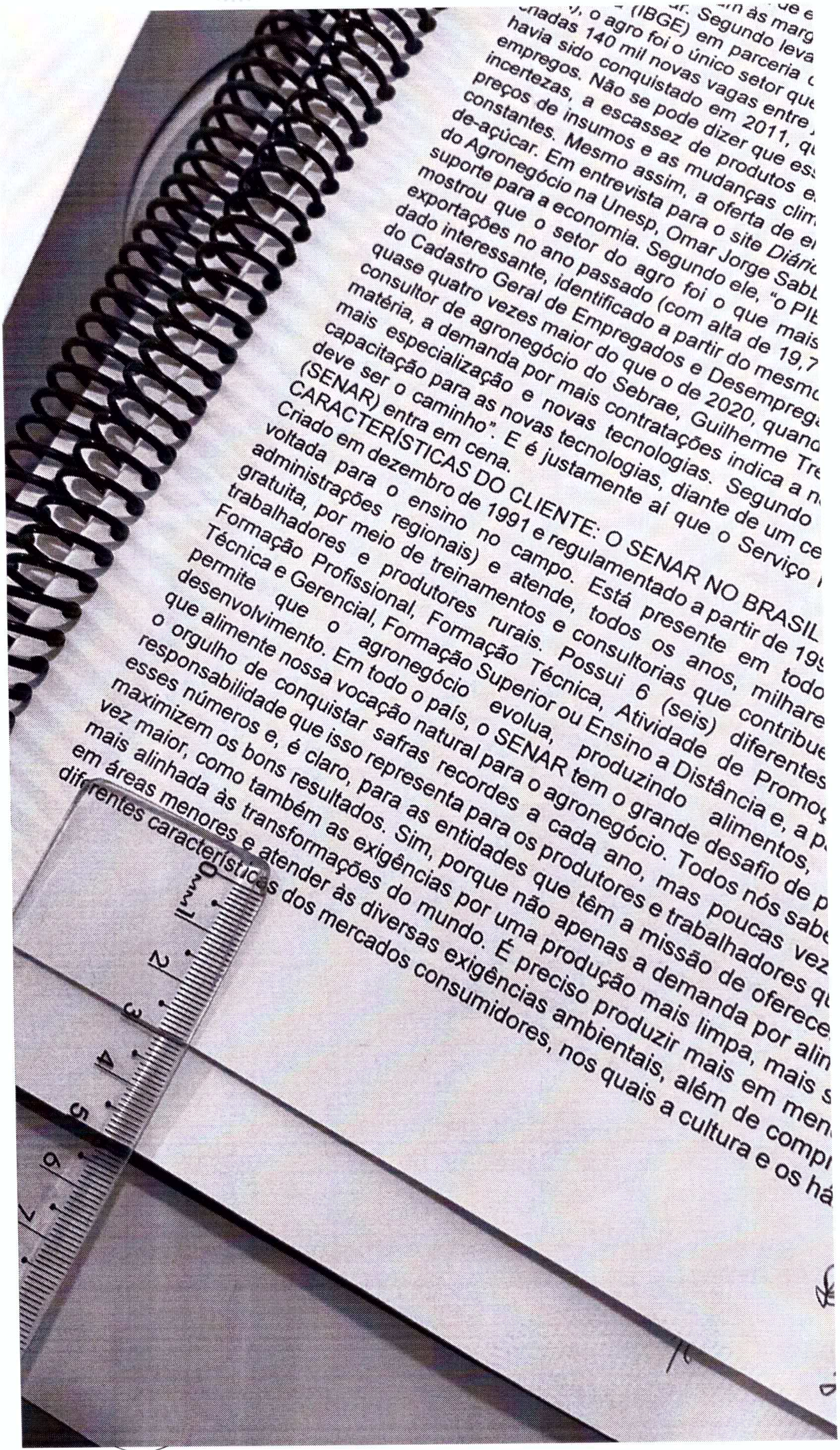


MONTE CRISTO®

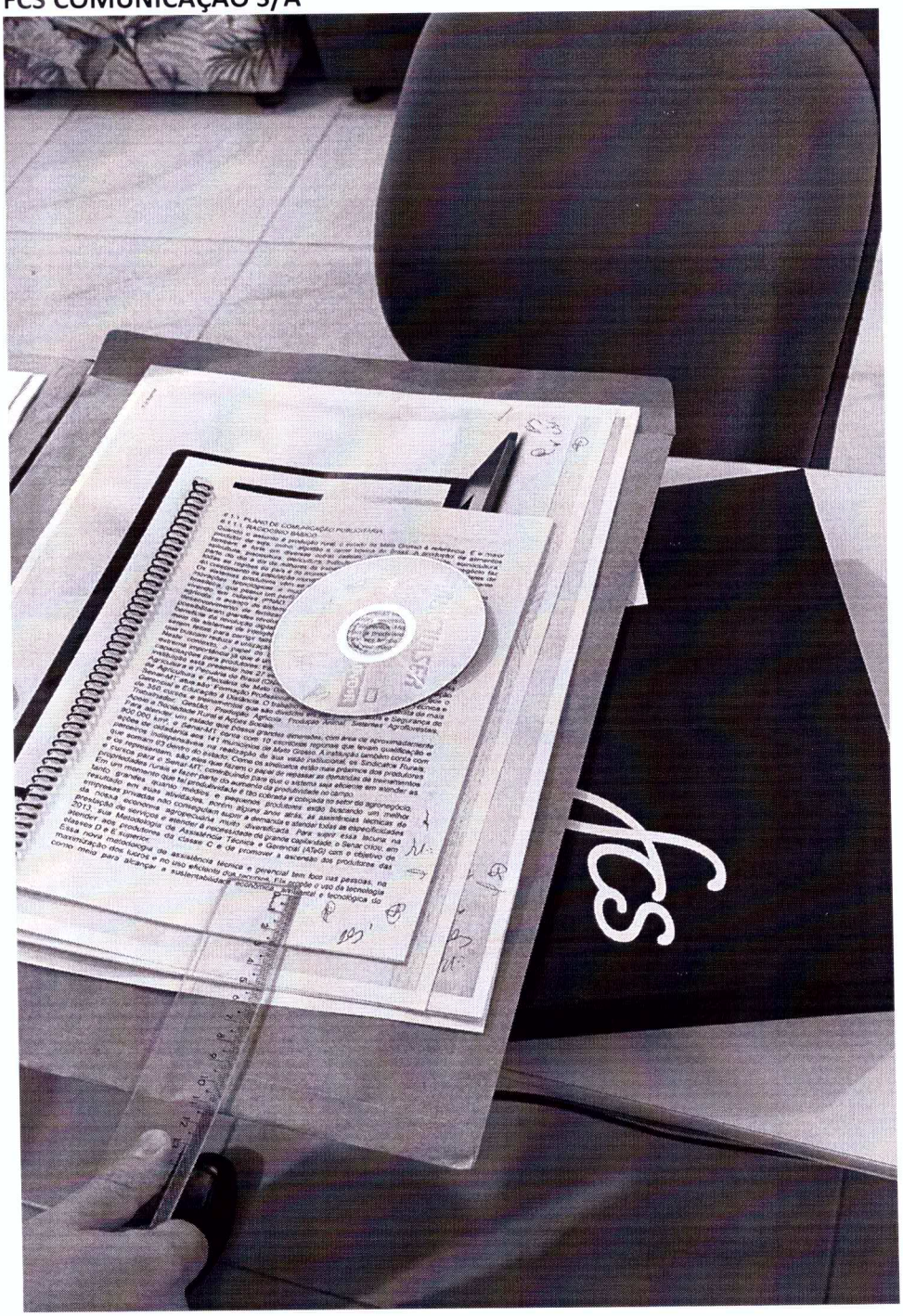

amato articula os
regional e naciona
ecimento e educação até
totalmente gratuitos que transforma
vida das famílias produtoras, como a
Primavera, em Pontes e Lacerda, que,
propriedade, mais que dobrou a prod
propriedade. Aprendemos a aprender
incrementar as atividades no sítio", enfatiza
E, para promover o desenvolvimento rural po
seguintes frentes de trabalho: os cursos da For
Social – PS; Assistência Técnica e Gerencial e
Faculdade CNA, atendendo às principais cadeias
Como se percebe, o Senar-MT desempenha hoje
nacional da produção de alimentos e energia² e rec
por alcançar os melhores índices de produtiv
constantemente treinamento e capacitação dos produ
maiores às menores propriedades.
À parte das necessidades de qualificação de quem já trabal
apontam que, em 2021, a agropecuária registrou o maior sa
com mais de 140 mil novos postos de trabalho pelo Brasil – o
profissionais capacitados, como o engenheiro agrônomo Luiz Ca
dos cursos do Senar-MT, passou a receber novas propostas de
capacitação, apareceram propostas, e tive a oportunidade de
trabalharia".
O impacto econômico-social da capacitação rural é tremendo. O camp
polo empregador e de oportunidades, e os cursos e as assistências téc
1 https://sistemafamato.org.br/senarmt/2021/06/02/ateg-do-senar-esta-em-p
expansao-em-mato-grosso-e-no-brasil/
2 https://www.imea.com.br/imea-site/view/uploads/relatorios-mercado
3 https://www.gov.br/pt-br/noticias/trabalho-e-previdencia/2022/01/brasil-registra
2-7-milhoes-de-empregos-formais-em-2021

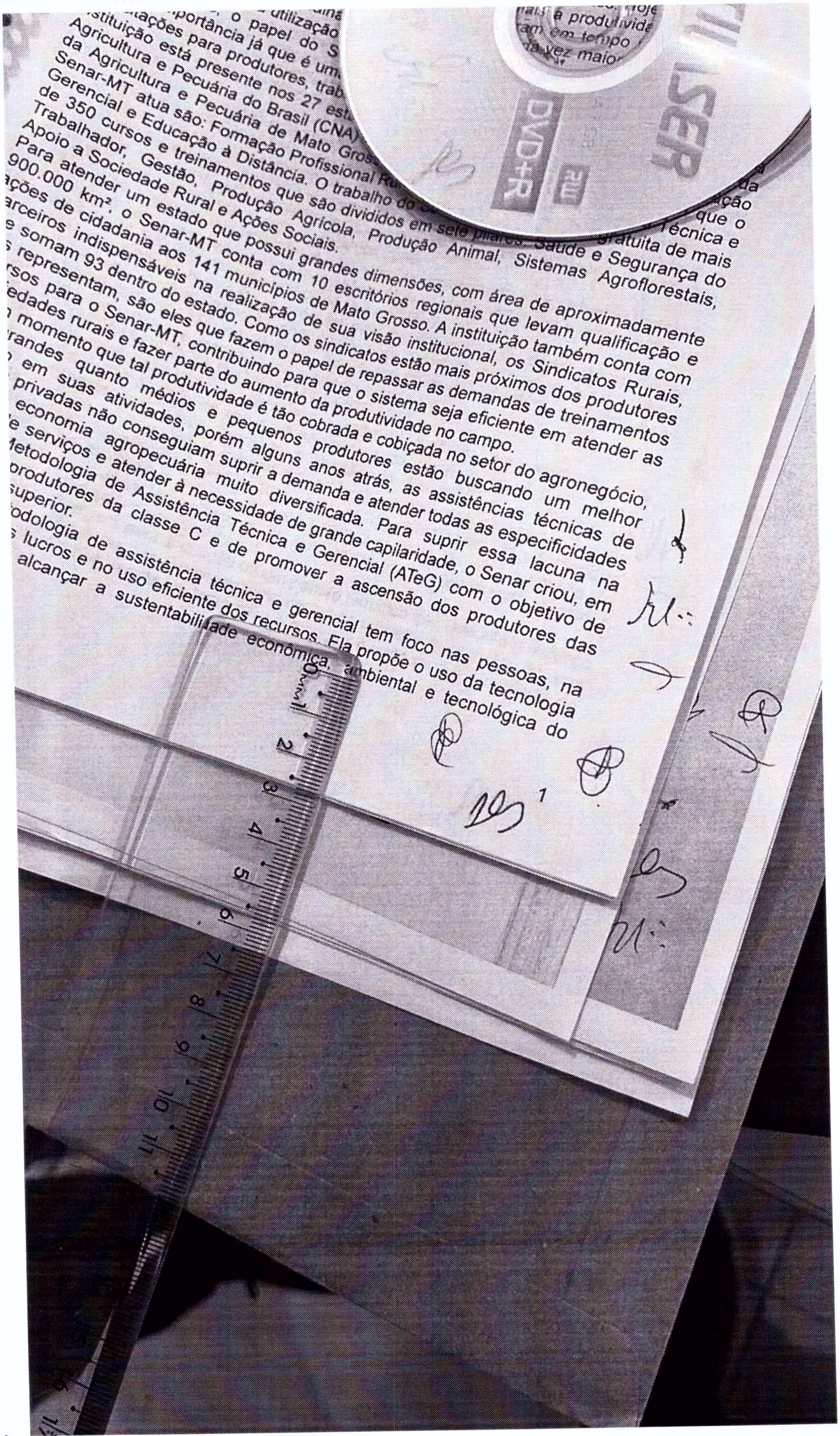
II) MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA




ar. Segundo leva
(IBGE) em parceria c
, o agro foi o único setor que
nadas 140 mil novas vagas entre
havia sido conquistado em 2011, qu
empregos. Não se pode dizer que ess
incertezas, a escassez de produtos e
preços de insumos e as mudanças clim
constantes. Mesmo assim, a oferta de e
de-açúcar. Em entrevista para o site *Diário*
do Agronegócio na Unesp, Omar Jorge Sab
suporte para a economia. Segundo ele, "o PIB
mostrou que o setor do agro foi o que mais
exportações no ano passado (com alta de 19,7
dado interessante, identificado a partir do mesmo
do Cadastro Geral de Empregados e Desempreg
quase quatro vezes maior do que o de 2020, quand
consultor de agronegócio do Sebrae, Guilherme Tr
matéria, a demanda por mais contratações indica a n
mais especialização e novas tecnologias. Segundo
capacitação para as novas tecnologias, diante de um ce
deve ser o caminho". E é justamente aí que o Serviço
(SENAR) entra em cena.
CARACTERÍSTICAS DO CLIENTE: O SENAR NO BRASIL
Criado em dezembro de 1991 e regulamentado a partir de 19
voltada para o ensino no campo. Está presente em todo
administrações regionais) e atende, todos os anos, milhare
gratuita, por meio de treinamentos e consultorias que contribue
trabalhadores e produtores rurais. Possui 6 (seis) diferentes
Formação Profissional, Formação Técnica, Atividade de Promoç
Técnica e Gerencial, Formação Superior ou Ensino a Distância e, a p
permite que o agronegócio evolua, produzindo alimentos,
desenvolvimento. Em todo o país, o SENAR tem o grande desafio de p
que alimente nossa vocação natural para o agronegócio. Todos nós sabe
o orgulho de conquistar safras recordes a cada ano, mas poucas vez
responsabilidade que isso representa para os produtores e trabalhadores q
esses números e, é claro, para as entidades que têm a missão de oferece
maximizem os bons resultados. Sim, porque não apenas a demanda por alin
vez maior, como também as exigências por uma produção mais limpa, mais s
mais alinhada às transformações do mundo. É preciso produzir mais em men
em áreas menores e atender às diversas exigências ambientais, além de compr
diferentes características dos mercados consumidores, nos quais a cultura e os há

III) **FCS COMUNICAÇÃO S/A**




DVD+R
de 350 cursos e treinamentos que são divididos em sete pilares: Saúde e Segurança do
Trabalhador, Gestão, Produção Agrícola, Produção Animal, Sistemas Agroflorestais,
Apoio a Sociedade Rural e Ações Sociais.
Para atender um estado que possui grandes dimensões, com área de aproximadamente
900.000 km², o Senar-MT conta com 10 escritórios regionais que levam qualificação e
ações de cidadania aos 141 municípios de Mato Grosso. A instituição também conta com
arceiros indispensáveis na realização de sua visão institucional, os Sindicatos Rurais,
somam 93 dentro do estado. Como os sindicatos estão mais próximos dos produtores
representam, são eles que fazem o papel de repassar as demandas de treinamentos
rsos para o Senar-MT, contribuindo para que o sistema seja eficiente em atender as
edades rurais e fazer parte do aumento da produtividade no campo.
n momento que tal produtividade é tão cobrada e cobiçada no setor do agronegócio,
randes quanto médios e pequenos produtores estão buscando um melhor
em suas atividades, porém alguns anos atrás, as assistências técnicas de
privadas não conseguiam suprir a demanda e atender todas as especificidades
economia agropecuária muito diversificada. Para suprir essa lacuna na
e serviços e atender à necessidade de grande capilaridade, o Senar criou, em
Metodologia de Assistência Técnica e Gerencial (ATeG) com o objetivo de
produtores da classe C e de promover a ascensão dos produtores das
superior.
odologia de assistência técnica e gerencial tem foco nas pessoas, na
s lucros e no uso eficiente dos recursos. Ela propõe o uso da tecnologia
alcançar a sustentabilidade econômica, ambiental e tecnológica do

Diante das imagens, podemos analisar com propriedade que **as empresas citadas também não seguiram à risca o que se prevê no edital da referida licitação, devendo, assim como a recorrente, serem eliminadas do certame. Ou, em caso de diferente entendimento, que se recoloque a recorrente no certame com as devidas reavaliações.**

- DA NÃO VERACIDADE DAS INFORMAÇÕES EXPOSTAS PELAS LICITANTES

Com relação ao plano de mídia e não mídia na proposta apresentada pela empresa **RENCA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA**, restou evidenciado que o preço utilizado está em total desacordo com o preço utilizado no mercado.

A empresa estipulou como produção de outdoor placa simples o valor unitário de R$ 230,00 (duzentos e trinta reais) para todos os fornecedores, sendo que o valor de mercado utilizado em Cuiabá, pela empresa responsável pela execução de tal serviço citada no plano de mídia, Gráfica Print, é sobre o valor de R$ 320,00 (trezentos e vinte) reais e da empresa Rondoletras é de R$ 450,00 (quatrocentos e cinquenta) reais, induzindo assim a Comissão Permanente de Licitação ao erro, tendo em vista, que no momento de execução do contrato, a empresa licitante não conseguirá cumprir o valor, em virtude de não ser o valor correto aplicado pelo mercado.

Outro erro gravíssimo, é que a referida empresa, contabilizou a produção de 28 placas simples e 1 lona dupla para outdoor com aplique. Sendo que uma lona dupla ocupa 2 placas de outdoor e no plano de veiculação de outdoor colocaram a quantidade de 29 placas para veiculação. Para fazer 1 Outdoor duplo se usa 2 placas de Outdoor juntas, dessa forma fica apenas 27 placas de Outdoor simples para produção e não 28 conforme colocado pela agência na proposta. Portanto, a soma total dos valores gastos com mídia e não mídia não correspondem com a realidade, podendo ocasionar, prejuízo para a contratante.

Sobre as veiculações das placas de Outdoor, os valores apresentados na proposta também não são reais, pois como consta no documento de orçamento tabelado da Gráfica Print, seu valor para veiculação de placa individual de outdoor é de R$ 900,00 e não R$ 1.111,11 como foi apresentado pela agência RENCA na proposta de mídia. Ainda sobre a veiculação, a agência informou que a empresa Rondoletras cobra o valor individual por placa de R$ 650,00, totalizando para as 5 placas proposta o valor de R$ 3.250,00, sendo que o valor real ofertado pela empresa é de R$ 600,00 por unidade de placa de Outdoor.

Segue tabela demonstrada no plano de mídia e não mídia da licitante em questão:

RESUMO DE INVESTIMENTO EM PRODUÇÃO

SENAR MT

INSTITUCIONAL

CAMPANHA LICITAÇÃO

PRODUÇÃO

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Absoluto	%
1	Produção de Filme publicitario 30" com redução para 15" e versão sem audio para TV interna Senar	1	R$ 12.500,00	R$ 12.500,00	30,10%
2	Produção de video para whats	1	R$ 1.500,00	R$ 1.500,00	3,61%
3	Produção de Spot publicitario 30" com redução para 15"	1	R$ 559,00	R$ 559,00	1,35%
4	Produção de Fotos	10	R$ 150,00	R$ 1.500,00	3,61%
5	Produção de Banner para sites	3	R$ 150,00	R$ 450,00	1,08%
6	Entrega Digital do VT através de player TVCA	4	R$ 230,00	R$ 920,00	2,22%
7	Produção de Cartaz A3	500	R$ 0,79	R$ 395,00	0,95%
8	Filtro para Instagram	1	R$ 300,00	R$ 300,00	0,72%
9	Baião para Festa Norte Show	1	R$ 8.100,00	R$ 8.100,00	19,50%
10	Brinde para lanterna + lupa	1.000	R$ 7,91	R$ 7.910,00	19,05%
11	Produção de Outdoor placa dupla com aplique	1	R$ 955,00	R$ 955,00	2,30%
12	Produção de Outdoor placa simples	28	R$ 230,00	R$ 6.440,00	15,51%
	TOTAL PRODUÇÃO	1.551		R$ 41.529,00	

Segue a tabela de preços apresentados na capital, motivo da discordância da tabela apresentada pela licitante:

Itens solicitados do orçamento : 198101.

198101.1	**1 Veiculações de Outdoor** 900x300cm, **Total: R$ 900,00 Unit: 900,00 Pgto: A combinar**
198101.2	**1 Outdoor Em Lona (27mt2)** 900x300cm, 4x0 cores, Tinta Original em Lona Fosca 280 GRS. Embalado Papel, Unidades por pacot 1, Com borda branca. **Total: R$ 785,00 Unit: 785,00 Pgto: A combinar**
198101.3	**1 Outdoor Em Papel (27mt2)** 900x300cm, 4x0 cores em Sulfite 90 GRS 90g. **Total: R$ 320,00 Unit: 320,00 Pgto: A combinar**

Vendedor : Mônica Rosa - (65)99273-8221 Orçamentista : Caio/Monica	Validade da proposta : 20 dias As quantidades poderão variar 5% para mais ou 5% para menos que serão devidamente faturadas para o cliente. O faturamento será efetuado item a item conforme entrega. Para sua segurança, a Gráfica Print só aceita arquivos em PDF. Consulte procedimentos e configurações padrão. A gráfica não se responsabiliza por erros de arte.
Atenciosamente, **Gráfica Print Indústria e Editora Eireli**	Autorizo a confecção do(s) item(ns) acima assinalado(s) **Monte Cristo Propaganda**

À:
A/C:

REF.: ORÇAMENTO DE PUBLICIDADE VISUAL - ***OUTDOOR***

ORÇAMENTO:

01-VEICULAÇÃO OUTDOOR ..... R$ 600,00

PRODUÇÃO

CARTAZ ..... R$ 450,00

LONA .....R$ 950,00

CONDIÇÕES DE PAGAMENTO: PRODUÇÃO ENTRADA DE 50% E 30 DIAS VEICULAÇÃO BOLETO MENSAL

VALIDADE DESTE ORÇAMENTO: 15 dias

RONDONOPOLIS 29 MARÇO 2022.

Visite nosso site: www.rondoletras.com.br

Sem mais para o momento e no aguardo de futuros contatos, desde já agradecemos.

RONDOLETRAS PUBLICIDADES - Mais de 20 anos no mercado !!!
Rondonópolis/MT

Diante do exposto, requer que a empresa seja desclassificada por total falta de atendimento ao edital e ao briefing proposto. Em claro descumprimento do princípio de vinculação ao instrumento convocatório.

- ACERCA DA PREPARAÇÃO DOS INVÓLUCROS E DAS JUSTIFICATIVAS

Realizada a primeira Sessão Pública em 25/02/2022, ocasião em que foram recebidos os invólucros, a fim de que fossem encaminhados a Subcomissão Técnica para as devidas análises.

A segunda Sessão Pública foi realizada em 18/03/2022 com o envio das propostas técnicas para avaliação da Subcomissão Técnica.

Ocorre que o Edital de Licitação previu quesitos para o plano de comunicação publicitária, em linha com o art. 7 da Lei 12.232/2010, dividindo a análise em critérios objetivos de Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

Para cada quesito, o Edital previu subquesitos que deveriam ser preenchidos pelas licitantes e que seriam alvo da avaliação da Subcomissão de avaliação.

As notas foram atribuídas conforme Edital, mas sem justificativa que lhe fosse condizente:

DA INCLUISÃO DAS TABELA COM NOTAS

Além da falta de vinculação ao instrumento convocatório, as notas não respeitaram a "justificativa" requerida pela Lei 12.232/2010 não foi seguida, inclusive tendo os membros da Subcomissão destacado na resposta ao recurso que "os adjetivos [da justificativa] foram adotados pela Subcomissão com intuito de destacar os aspectos mais positivos de cada campanha, deixando o juízo de valor exclusivo para as notas". Ora, se a "justificativa" não traz a justificativa para as notas, eminentemente ilegal, como se verá.

De acordo com a Lei de Licitações, as empresas participantes do certame licitatório devem ser avaliadas de acordo com as exigências previstas no Edital de Licitação, tendo em vista que é instrumento vinculativo. Vejamos

:

> Lei 8.666/93 Art. 41. A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada.

Mais que isso, sabendo da subjetividade na análise técnica de contratação de empresas de publicidade e propaganda, e sabendo que agentes públicos mal-intencionados poderiam se utilizar dessa subjetividade para lesar o erário, ou direcionar licitações, o Legislador optou por definir formalidades e quesitos para que a contratação ocorra por critérios objetivos.

A Lei 12.232/2010 foi, então, formulada pelo Poder Legislativo, na investidura que lhe cabe, para dispor sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, e a Lei delimita ainda mais os critérios de julgamento, vinculando-o exclusivamente ao instrumento convocatório:

> "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, (...) (...) VI - o julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório." (grifos nossos)

A conduta dos julgadores, que frisamos carecer de legalidade, acarreta prejuízos não só para a recorrente como também ao SENAR/MT, que poderá firmar contrato com empresa que apresentou proposta menos vantajosa e com menos qualidade técnica.

Ademais, sabemos que um dos princípios mais importantes que norteiam a Administração pública é o **PRINCÍPIO DA LEGALIDADE**, expresso na nossa Constituição Federal, em seu artigo 37, e garante total subordinação do poder público à previsão legal, sob pena de praticar ato inválido.

Portanto, a exigência de cumprimento de requisitos sem previsão expressa no Edital está eivada de vício, tendo em vista que afronta tanto o Princípio de Vinculação do Instrumento Convocatório, que será mais bem debatido em tópico próprio, quanto o Princípio da Legalidade.

Sendo assim, requer a suspensão do Edital, a fim de que seja reavaliados os critérios de apuração de notas.

DO PRINCÍPIO DE VINCULAÇÃO DO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO.

O Princípio de Vinculação ao Instrumento Convocatório impõe o cumprimento de normas estabelecidas em Edital, que devem ser observados tanto pela Administração Pública, quanto pelas empresas licitantes. Nesse sentido, entendem-se que o Edital é instrumento normativo da licitação.

A temática é tão importante, que a Lei 8.666/93 dispõe sobre o princípio em três artigos, sendo eles:

> "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. "
>
> "Art. 41. A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada."
>
> "Art. 55. São cláusulas necessárias em todo contrato as que estabeleçam: (...) XI - a vinculação ao edital de licitação ou ao termo que a dispensou ou a inexigiu, ao convite e à proposta do licitante vencedor;" (Grifos nossos)

Portanto, é evidente o dever do SENAR/MT respeitar aquilo que foi estabelecido no Edital, não podendo fazer análise de documentos ou propostas de forma arbitrária, caso contrário além de contrariar o referido princípio, também vai em desencontro com o princípio da legalidade e isonomia entre os participantes.

DA REEXAME PELA DISCREPANCIA DA MAIOR NOTA PARA A MENOR NOTA

Após a análise da fundamentação fática a embasar o recurso, é necessário se atentar ao fato de que a empresa **Recorrente possui toda capacidade técnica exigida, bem como apresentou seu plano de comunicação dentro das especificações constantes no edital, mesmo assim sua pontuação ficou aquém da pontuação recebida pela empresa RENCA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA**.

Assim, além da falta de observância dos critérios materiais inseridos no Edital, **violando assim o princípio da legalidade, da igualdade, e da vinculação editalícia**, verifica-se que houve também.

A obrigatoriedade legal na adoção tipo "técnica" na contratação de serviços de publicidade, assim como o é no presente certame, por sua vez, tem o claro intento de fazer com que a entidade se valha da criatividade das agências de propaganda na elaboração de 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 entidade formulasse um objeto específico, sem qualquer margem a inovação por parte dos licitantes, a disputa se resumiria a proposta comercial, o que poderia privá-la de determinadas soluções criativas e possivelmente mais vantajosas as suas demandas.

Ocorre que, diante de todo esse contexto, **deve-se ter em mente, de forma clara, que a avaliação das propostas técnicas somente ocorre por meio da aplicação de**

critérios objetivos e previamente conhecidos dos licitantes. Por isso mesmo, a entidade se prende **(I) a elaboração de um briefing,** que fornece aos interessados as informações necessárias a elaboração de propostas que atendam as necessidades do ente contratante e **(II) a elaboração de Termo de Referência/Edital**, os quais determinam aquilo que obrigatoriamente deve ser respeitado pelos licitantes quando da apresentação de sua vasta documentação.

Com a devida vênia, mas é nesse ponto que resta claro que a respeitosa Comissão julgou de forma subjetiva mesmo esta apresentando qualificação técnica superior e devidamente comprovada.

Além do mais, esse é o entendimento do Superior Tribunal de Justiça em **análise de questão envolvendo o requisito técnico**, vejamos:

> **ADMINISTRATIVO. PROCEDIMENTO LICITATÓRIO. PREGÃO. PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO AO EDITAL. REQUISITO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA NÃO CUMPRIDO. DOCUMENTAÇÃO APRESENTADA DIFERENTE DA EXIGIDA.** 1. A Corte de origem apreciou a demanda de modo suficiente, havendo se pronunciado acerca de todas as questões relevantes. É cediço que, quando o Tribunal a quo se pronuncia de forma clara e suficiente sobre a questão posta nos autos, não cabe falar em ofensa ao referidos dispositivos legais. Saliente-se, ademais, que o magistrado não está obrigado a rebater, um a um, os argumentos trazidos pela parte, desde que os fundamentos utilizados tenham sido suficientes para embasar a decisão, como de fato ocorreu na hipótese dos autos. 2. O Tribunal de origem entendeu de forma escorreita pela ausência de cumprimento do requisito editalício. Sabe-se que o procedimento licitatório é resguardado pelo princípio da vinculação ao edital; esta exigência é expressa no art. 41 da Lei n. 8.666/93. Tal artigo veda à Administração o descumprimento das normas contidas no edital. Sendo assim, se o edital prevê, conforme explicitado no acórdão recorrido (fl. 264), "a cópia autenticada da publicação no Diário Oficial da União do registro do

alimento emitido pela Anvisa", **este deve ser o documento apresentado para que o concorrente supra o requisito relativo à qualificação técnica**. Seguindo tal raciocínio, se a empresa apresenta outra documentação - protocolo de pedido de renovação de registro - que não a requerida, não supre a exigência do edital. 3. Aceitar documentação para suprir determinado requisito, que não foi a solicitada, **é privilegiar um concorrente em detrimento de outros, o que feriria o princípio da igualdade entre os licitantes**. 4. Recurso especial não provido.

(STJ - REsp: 1178657 MG 2009/0125604-6, Relator: Ministro MAURO CAMPBELL MARQUES, Data de Julgamento: 21/09/2010, T2 - SEGUNDA TURMA, Data de Publicação: DJe 08/10/2010)

Ao agir como exposto, a respeitosa Comissão feriu o princípio da igualdade que é basilar em todo processo licitatório.

"De acordo com lições de Celso Antônio Bandeira de Mello, o princípio da igualdade, além de consistir na obrigação de tratar isonomicamente todos os licitantes, também significa ensejar a qualquer interessado que atender às condições indispensáveis de garantia, a oportunidade de disputar o certame, daí decorrendo a ideia de proibição do instrumento convocatório conter cláusulas que frustrem ou restrinjam o caráter competitivo da licitação."

Outro não é o caso que ora se apresenta. Há flagrante violação aos princípios do julgamento objetivo, da igualdade e da publicidade e, ainda há flagrante ilegalidade quanto a análise dos quesitos inseridos no edital quanto a pontuação do subquesito Estratégia de Comunicação, Plano de Mídia e Não Midia da empresa.

Isso posto, e principalmente se atendo aos princípios acima destacados – necessários para realização de um julgamento transparente e integro, passa-se a exposição pontual de cada item que merece ser devidamente revisto por esta Comissão.

DOS PEDIDOS

Diante ao exposto, a **MONTE CRISTO STUDIO** requer seja conhecido o presente recurso e após análise inicial, seja totalmente provido, para ou desclassificar as **ZIAD A. FARES PUBLICIDADE**, **FCS COMUNICAÇÃO S/A, e MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA** do certame pelo mesmo critério utilizado para desclassificar a recorrente; ou reavaliar a isonomia apresentada e fazer com que a MONTE CRISTO EIRELI volte ao certame.

Que, em caso de reintegração da MONTE CRISTO EIRELI ao certame, que se considere o reexame necessário, conforme a Lei 12.232/10 em seu Art. 6º, VI, que trata da necessidade do instituto para o equilíbrio do certame.

Da desclassificação da empresa **RENCA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA** por não cumprir o que se estipula no edital acerca da proposta de preço apresenta não ser compatível com as informações demonstradas, conforme argumentos expostos no corpo deste recurso.

Caso não seja o entendimento de Vossa Senhoria, requer a reanalise integral das notas técnicas de todas as licitantes, tendo em vista a vasta argumentação e documentação apresentadas.

E por fim, caso não entenda pela adequação do resultado, pugna-se pela emissão de parecer, informando quais os fundamentos que embasaram a decisão, posto que serão utilizados nas medidas futuras cabíveis.

Cuiabá, 01 de abril de 2022.

MONTE CRISTO STUDIO
CNPJ Nº 22.744.232/0001-97

Fabricio Cardoso Alves

Diretor Presidente

CNPJ: 22 744 232/0001-97
MONTE CRISTO EIRELI
Av. Hist. Rubens de Mendonça, Nº. 2.254
Edifício American Business, Sala 405
Bairro: Bosque da Saúde
CEP. 78.050-000
CUIABÁ
MT.