

**Ilma. Sra. Ana Carla Leite Presidente da Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura Municipal de Bonito (MS):**

**Ref.: 02/2021**  
Concorrência Pública

**RAMAL PROPAGANDA LTDA.,**

pessoa jurídica de direito privado inscrita no CGC.MF. sob nº 02.033.066/0001-03, com sede sito à Rua Sete de Setembro nº 2.187, Centro, CEP 79.020-310, Campo Grande - MS, neste ato devidamente representada por seu sócio-proprietário Sr. **FÁBIO DAVID GAZAL**, brasileiro, casado, arquiteto, portador do RG nº 856.453 SSP/MS e do CPF nº 774.982.081-72, com endereço residencial sito à Rua José Antônio nº 1.226, ap. 1.302, Centro, Campo Grande - MS, CEP 79.002-401, Campo Grande - MS, vem respeitosamente perante Vossa Excelência, por seus advogados que esta subscrevem (mandato anexo), ajuizar a presente

**Recurso Administrativo**

com as inclusas razões, com fulcro na alínea 'a' do inciso I do artigo 109 e demais dispositivos legais pertinentes à matéria da Lei Federal nº 8.666/93, exercendo seu **DIREITO DE PETIÇÃO**, assegurado na alínea 'a' do inciso XXXIV do artigo 5º da Constituição Federal, expor e requerer o que segue:



*g*

## 1 | Fatos

---

Atendendo ao chamamento da Prefeitura de Bonito - MS para o certame licitacional, a RECORRENTE participou de Licitação Pública sob a modalidade de Concorrência Pública, oriunda do Edital nº 02/2021.

Devidamente representada, por meio de seu único proprietário, Sr. **Fábio Gazal**, recebeu decisão em 12 de novembro de 2021 via diário oficial acerca da classificação final do certame, tendo a RECORRENTE ficado em 1º. lugar no certame sagrando-se vencedora, tendo a empresa Art & Traço Publicidade de Assessoria LTDA alcançado o 2º. lugar.

Ocorre que, embora a empresa RECORRENTE tenha vencido o certame, entende que a Comissão de Licitações deixou de analisar aspectos da proposta da empresa 2ª. colocada em flagrante irregularidade aos requisitos previstos no Edital, os quais a RECORRENTE ora vencedora seguiu à risca!

Assim, *data vênia* passamos a enumerar os requisitos analisados pela Comissão de Licitações que levaram a análise equivocada da proposta da empresa 2ª. colocada.

## 2 | Direito

---

A I. comissão de avaliação das propostas foi extremamente benevolente quando da avaliação da proposta da licitante Art Traço Publicidade e Assessoria LTDA, estando vários itens da sua proposta em desacordo com as regras do edital. Esclarece-se: a perda de pontuação pela gravidade dos erros apresentados pela empresa acima citada foi mínima! Assim, as avaliações às propostas da mesma



devem ser revistas com a consequente diminuição das notas atribuídas à ela por estarem em desacordo com o previsto no edital, bem como outras, em flagrante erro técnico.

## **2.1. Das Razões para Reavaliação das Propostas da Empresa Segunda Colocada. Redução de Nota.**

### 2.1.1. Proposta com Fotos de Bancos de Imagem.

A Campanha da segunda colocada utiliza fotos de bancos de imagens, portanto, não representando a realidade local, bem como não se utiliza de personagens e fatos reais. Diante desse fato, necessariamente, deveria constar em seu plano de mídia a contratação de sessão fotográfica se utilizasse de fotos reais. Conclui-se pelo argumento acima exposto, que a nota atribuída os itens “Ideia criativa e Estratégia de mídia” deva ser minorada/reduzida.

### 2.1.2. Falta de Compreensão da Temática do *Briefing*.

Em seu plano de mídia, a segunda colocada faz referências à uma pseudo campanha de IPTU, demonstrando falta de compreensão em relação à temática solicitada no briefing ou uso do instrumento ‘cópia e cola’ de outra proposta. Tal fato, devido à sua gravidade seria passível de zerar a nota atribuída ao item Estratégia de mídia!

### 2.1.3. Equívoco na Contagem de Dias do Mês de Outubro.

A segunda colocada quando faz referência ao mês de outubro em sua campanha, erra ao citar o referido mês com 30 (trinta) dias, demonstrando o não atendimento à regra do edital ou, da mesma forma que o item anterior, o recurso do ‘cópia e cola’ de outra proposta pode ter sido o motivo do erro, sendo que, mais uma vez, devido à gravidade do fato, no item Estratégia de mídia, a nota deveria ser zerada!





#### 2.1.4. Inexistência de Uso de Dados Regionais.

Em seu plano de mídia, a segunda colocada não fez uso de dados, sequer regionais, fazendo com que a assertividade da campanha tenha sido comprometida gravemente, motivo pelo qual, MAIS UMA VEZ a nota do item Estratégia de mídia deveria ter sido zerada!

#### 2.1.5. Peças com Leitura Comprometida.

Na proposta da segunda colocada, existem peças com leitura comprometida, impedindo com que o receptor seja impactado corretamente pela informação desejada. Este fato, necessariamente, faz com que a pontuação do item Ideia criativa deva ser reduzida através de revisão.

Além dos itens acima elencados, no qual a RECORRENTE solicita seja reavaliada a nota da empresa segunda colocada, passa a expor abaixo razões para sua desclassificação, senão vejamos:

### 2.2. Das Razões para Desclassificação da Empresa Segunda Colocada.

#### a) Item Estratégia de Mídia e não Mídia. Nota. Vedação Legal. Impossibilidade de Uso das Rádios Comunitárias.

Inicialmente, cumpre destacar que o uso das rádios comunitárias está suspenso desde a portaria 197 da Anatel. (<https://www.anatel.gov.br/legislacao/normas-do-mc/587-portaria-197>)

Assim, os avaliadores da subcomissão desconhecem a Portaria em questão proibindo o uso das rádios comunitárias, sendo que o uso dessa hipótese, em propostas apresentadas nesse certame, certamente seria, por si só, passível de desclassificação pelas empresas que optaram por essa apresentação em suas campanhas em mídia.



As demais rádios possuem o estilo comunitária conforme Projeto de Lei nº 666, de 2019, que altera a Lei 9.612, de 19 de fevereiro de 1998 que “*Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária*” e veiculação publicitária institucional nessas rádios ainda não foi regulamentada, estando o projeto de projeto de lei parado no Congresso aguardando designação de relator (<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/135185>).

Assim, prudente considerar a concessão de patrocínio à rádio comunitária como despesa com publicidade e instaurar nova licitação para a sua contratação quando o dispêndio ultrapassar R\$ 8.000,00 (oito mil reais) por ano, nos termos do inciso II do art. 24 da Lei 8666/1993. E mais, não se pode esquecer que a Lei de Licitações veda a adoção de inexigibilidade para serviços de publicidade e divulgação (art. 25, inciso II), equiparando, nessa parte a rádio comunitária com uma rádio comercial.

Mesmo com flagrante vedação legal à utilização de rádio comunitária neste quesito, a subcomissão concedeu pontos à empresa segundo colocada sob esse pretexto (ilegal).

Assim, caso não seja acatada a desclassificação da empresa segundo colocada que optou por essa estratégia de mídia, a RECORRENTE questiona a pontuação atribuída à ela neste item e reitera a revisão da pontuação com sua devida redução.

---

### 3 | Pedido

---

Diante o exposto, REQUER:

- Sejam conhecidas as razões do presente **RECURSO ADMINISTRATIVO**, dando-lhe **PROVIMENTO**, culminando assim com a desclassificação da empresa ART & TRAÇO



Publicidade e Assessoria LTDA, segunda colocada no certame, por apresentar proposta em desconformidade com as regras do edital;

---

---

- Alternativamente, seja reavaliada a proposta da empresa ART & TRAÇO Publicidade e Assessoria LTDA, segunda colocada no certame nos termos do item 2.1., devendo ser reduzida a nota atribuída à ela devido aos erros e irregularidades apresentados neste recurso.
- 
- 

- Por fim, lastreada nas razões recursais, requer-se que a Comissão de Licitações, em caso de não provimento do recurso, faça-o subir, devidamente informado, à autoridade superior, em conformidade com o parágrafo 4º, do artigo 109, da Lei nº 8.666/1993, observando-se ainda o disposto no parágrafo 3º do mesmo artigo;
- 
- 

Nestes Termos,  
Pede Provimento.

Campo Grande/MS, 18 de novembro de 2021.



**Ramal Propaganda LTDA**

CNPJ nº 02.033.066/0001-03



**RAMAL PROPAGANDA**

Rua 7 de Setembro, 2187 | Jd. dos Estados | Campo Grande-MS | Cep 79020-310 | (67) 3026.4032