



**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019**  
**SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO**  
**ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE**  
**E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 01**

No dia 01 de junho de 2020, a Subcomissão Técnica de Licitação do Governo do Estado de Minas Gerais formada pelos membros internos Andreza Gischewski Costa, Marcelle Melasso, Marta Emilia Pinto Botelho, Ronaldo Moraes de Paiva Junior e pelos membros externos Leandro Figueiredo Magalhães e Luciano Resende, abaixo assinados, responde os recursos interpostos contra a decisão da Comissão Especial de Licitação proferida aos oito dias do mês de maio de 2020 em sessão pública, onde foram divulgadas as notas e classificação das licitantes na primeira etapa, Plano de Comunicação Publicitária, envelopes 1, 2 e 3, no processo de seleção das agências que irão prestar serviços de publicidade e propaganda para as secretarias do Governo de Minas Gerais.

Os recursos recebidos, por parte dessa Subcomissão Técnica de Licitação, em 21 de maio de 2020, foram:

- **RECURSO Nº 1 - REQUERENTE: AGÊNCIA AZ3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA – LOTE 01**
- RECURSO Nº 2 - REQUERENTE: AGÊNCIA AZ3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA – LOTE 02
- RECURSO Nº 3 - REQUERENTE: AGÊNCIA AZ3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA – LOTE 03
- RECURSO Nº 4 - REQUERENTE: AB POSITIVO COMUNICAÇÃO E MARKETING - LOTE 05
- RECURSO Nº 5- REQUERENTE: AGÊNCIA CASASANTO – LOTE 06

**OBJETO DA LICITAÇÃO:**

*Os contratos de serviços de publicidade e propaganda a serem adjudicados às empresas vencedoras desta Licitação terão por objeto a execução de atividades de publicidade e propaganda previstas na Lei 12.232, de 29 de abril de 2010, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial de promoção, de patrocínio, de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.*

*Consideram-se serviços de publicidade e propaganda, o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias e de informar o público em geral.*

**RESPOSTA AO RECURSO Nº 1 - REQUERENTE: AGÊNCIA AZ3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA – LOTE 01:**

A Subcomissão Técnica de Licitação dedicou-se a analisar detalhadamente cada ponto apresentado pela requerente AZ3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI com o intuito de reiterar a lisura do processo e o comprometimento de cada julgador no que diz respeito aos critérios e notas atribuídas para cada proposta entregue pelos 21 (vinte e um) licitantes.

A esse Recurso foram apresentadas Contrarrazões pelos licitantes 18 Comunicação e Inovate, aos quais também foram observados os argumentos e serviram de base para a presente decisão administrativa.



**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019**  
**SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO**  
**ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE**  
**E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 01**

Quanto à recorrente, vale ressaltar que obteve no lote em questão, a 7ª colocação, e que, atualmente, atende o Governo do Estado, o que evidencia o intuito do recurso de atrasar a licitação para manter o contrato em custo, com o relevante destaque para o fato de que ela presta serviços justamente a Secretaria de Saúde, que diante da Pandemia do Coronavírus, tem apresentado maior demanda e execução por parte do Estado.

Ainda assim, em respeito e observância aos princípios de transparência e livre acesso à informação pelas empresas concorrentes, sem distinção; bem como pela sociedade civil, em geral, aos termos e conteúdo dos processos de concorrências públicas, esta Subcomissão Técnica de Licitação discorrerá, conforme abaixo apresentado, ponto a ponto, sobre as questões suscitadas pela recorrente ao Presidente da Comissão Permanente de Licitação, nos pontos estritos que lhe cabem.

**a) Da desclassificação da Licitante POPCORN Comunicação do lote nº 01 por ter numerado as tabelas, gráficos, planilhas e quadro resumo que compõem o ANEXO referente à Estratégia de Mídia e Não Mídia.**

A recorrente alega suposta identificação na proposta da recorrida, visto que ela estaria sem numeração nos itens Estratégia de Mídia e não Mídia.

Entretanto, conforme explicita o Edital de Licitação de Modalidade Concorrência Pública nº 001/2019, nos itens 1.4.1 e 1.4.2, do Anexo I - Conteúdo da Proposta Técnica - Invólucros 1 e 2 - Plano de Comunicação Publicitária, as tabelas, gráficos e planilhas integrantes da Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão ter fontes e tamanhos habitualmente utilizados nesses documentos e serem editadas em cores, sendo que suas laudas não fazem parte do limite estabelecido de 5 (cinco) laudas para este item.

A alegação é, portanto, absolutamente improcedente. E mesmo que houvesse no edital qualquer menção sobre a numeração dessas páginas, o objetivo da cláusula do edital é evitar identificação do envelope, sendo certo que a Comissão não compreendeu que tal ponto seria suficiente para identificar a proposta.

Nesse sentido: *“A pura e simples contradição entre o ato concreto e o modelo normativo é insuficiente para o reconhecimento da nulidade. (...) Faz-se necessário examinar o fim buscado pela ordem jurídica, quando impor determinada disciplina de conduta. Daí se segue que a ausência de lesão ao interesse ou valor tutelado pelo Direito torna irrelevante a desconformidade entre a conduta e o modelo legal. Nesse caso, poderia reconhecer-se a irrelevância da desconformidade”*. (Marçal Justen Filho, fls. 892, Comentários a Lei de Licitações e Contratos Administrativos, 2014, ed. RT dos Tribunais)



**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019**  
**SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO**  
**ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE**  
**E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 01**

Por isso, se não há qualquer menção no edital sobre a inserção ou não de número nas laudas que contêm as planilhas, quadros e gráficos e, que mesmo se houvesse, não seria possível a identificação do Licitante, não há que se falar em desclassificação, por se tratar de uma questão simples de formatação, insuficiente para gerar nulidade, sendo certo que o objetivo da análise em questão é obter a proposta mais técnica e vantajosa para a Administração Pública.

Quanto ao item 2 do mesmo questionamento, em que a Requerente alega que o licitante ultrapassou o limite de tempo citado no spot, tal questão foi objeto de deliberação por ocasião do julgamento, sendo que a Licitante já teve sua devida punição, perdendo pontos significativos pelo seu erro. Tal apontamento foi feito tanto no quesito Ideia Criativa, como na Estratégia de Mídia.

Vale ressaltar que esse ponto não é hipótese de desclassificação, não havendo qualquer previsão no edital nesse sentido, portanto o pedido é improcedente.

**b) Da desclassificação da Licitante DEZOITO Comunicação do lote nº 01 por ter utilizado nos envelopes 1 e 3 CDs/ DVDs idênticos com mesma forma de aplicação da etiqueta, mesmo nome de fabricante e, conseqüentemente, mesmo número de fabricação.**

De início, quanto a esse ponto, vale dizer que a recorrente alega a mesma questão de identificação de CDs para outros quatro licitantes.

Com efeito, a argumentação parte da premissa de que apenas nesse lote, quatro licitantes melhores colocados do que ela, teriam, voluntariamente, emitido para a Comissão de Licitação um sinal através de CDs totalmente comuns e que a Subcomissão teria aberto todos os envelopes e tentado criar uma conexão entre as marcas de CD e os licitantes. A questão é lamentável e parte da premissa de que a Subcomissão tentaria identificar os licitantes. Isso não ocorreu e é fácil perceber a fragilidade dos argumentos da recorrente.

É que não há qualquer identificação nos DVDs apresentados pela licitante. A utilização de um DVD totalmente comum, com fundo branco, fonte preta, sem qualquer menção ao concorrente, não caracteriza qualquer irregularidade.

Os CDs utilizados são mídias comuns, compradas no mercado. E é amplamente sabido que esse tipo de mídia tem, em geral, esse mesmo padrão (branco sobre base prata) e é certo que não sofreram por parte da licitante Dezoito Comunicação qualquer tipo de personalização ou caracterização singular.

Igualmente infundada é a alegação de que o número do CNPJ do fabricante de tais mídias era o mesmo em todos os CDs e DVDs. Qualquer das proponentes que houvesse comprado uma caixa de CDs daquele fabricante, certamente teria o mesmo CNPJ nas mídias. É possível, inclusive, que esse mesmo CNPJ seja



**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019**  
**SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO**  
**ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE**  
**E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 01**

encontrado em mídias que tenham sido utilizadas por outros licitantes e que tenham, eventualmente, usado CDs do mesmo fabricante.

A associação feita no recurso não tem qualquer fundamento, sendo certo que se poderia imaginar uma possível tentativa de identificação por vários aspectos, como forma de redação ou estilo, mas nunca por comprar mídia e a mesma conter o CNPJ do fabricante. A análise é absolutamente subjetiva e não tem qualquer amparo no edital, visto que não há qualquer cláusula que diga que o licitante precisa usar CDs e DVDs de cores e fabricantes diferentes.

Por fim, é preciso frisar que a mecânica de avaliação se deu da seguinte maneira: Primeiro foram analisadas todas as propostas do envelope 01 e atribuídas suas respectivas notas, para depois, sem qualquer hipótese de revisão do trabalho realizado anteriormente, serem abertas as propostas do envelope 03. Ou seja, quando foram avaliados os materiais pertencentes ao envelope 03 todas as propostas do envelope 01 já estavam devidamente justificadas e avaliadas, desqualificando assim, o questionamento do Requerente quanto à lisura do processo e a integridade dos membros pertencentes à Subcomissão Técnica de Licitação.

Posto isso, a conclusão é que a Licitante Dezoito Comunicação não merece ser penalizada por desclassificação, visto que não foi possível identificá-la na proposta apresentada no envelope nº1.

**c) Da desclassificação da Licitante FAZ Comunicação do lote nº 01 por apresentar em sua campanha uma peça intitulada “Tela de Facebook”, onde na foto do usuário é possível identificar a empresa Licitante.**

Considerando que pela foto utilizada no recurso não era possível ter boa visualização do conteúdo, esta Subcomissão Técnica de Licitação voltou na sala onde estavam as propostas e reavaliou a peça em questão e, mesmo com um olhar mais apurado para a denúncia da Requerente, não conseguiu identificar a Licitante. Foram feitos vários exercícios onde cada julgador teria a possibilidade de analisar a peça isoladamente para que não houvesse nenhum tipo de contaminação por parte dos demais integrantes e, mesmo assim, não foi possível detectar qualquer tipo de irregularidade da Licitante FAZ Comunicação neste processo de Licitação. Diante do exposto, a alegação não tem amparo, pelo que se opina pela improcedência da alegação.

**d) Da desclassificação da Licitante ZUBB Agência Digital do lote nº 01 por ter utilizado nos envelopes 1 e 3 CDs/ DVDs idênticos com mesma forma de aplicação da etiqueta, mesmo nome de fabricante e, conseqüentemente, mesmo número de fabricação.**



**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019**  
**SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO**  
**ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE**  
**E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 01**

Assim como foi claramente defendido nos itens b e d deste documento, não há qualquer identificação nos DVDs apresentados pela licitante. A utilização de um DVD totalmente comum, com fundo branco, fonte preta, sem qualquer menção ao proponente, não caracteriza qualquer irregularidade.

A associação feita no recurso não tem qualquer fundamento, sendo certo que se poderia imaginar isso por vários aspectos, como forma de redação ou estilo. A análise é absolutamente subjetiva e não tem qualquer amparo no edital.

Para além disso, é preciso frisar que a mecânica de avaliação se deu da seguinte maneira: Primeiro foram analisadas todas as propostas do envelope 01 e atribuídas suas respectivas notas, para depois, sem qualquer hipótese de revisão do trabalho realizado anteriormente, serem abertas as propostas do envelope 03. Ou seja, quando foram avaliados os materiais pertencentes ao envelope 03, todas as propostas do envelope 01 já estavam devidamente justificadas e avaliadas, desqualificando assim, o questionamento do Requerente quanto à lisura do processo e a integridade dos membros pertencentes à Subcomissão Técnica de Licitação.

Posto isso, fica deliberado que a **Licitante ZUBB Agência Digital** não será penalizada por desclassificação, visto que não foi possível identificá-la nas propostas apresentadas tanto no envelope nº1, quanto no envelope nº 3.

**e) Da desclassificação da Licitante SOMOS TODOS MINEIROS do lote nº 01 por ter utilizado nos envelopes 1 e 3 CDs/ DVDs idênticos com mesma forma de aplicação da etiqueta, mesmo nome de fabricante e, conseqüentemente, mesmo número de fabricação.**

Assim como foi claramente defendido no item b e d deste documento, não há qualquer identificação nos DVDs apresentados pela licitante. A utilização de mais um DVD totalmente comum, com fundo branco, fonte preta, sem qualquer menção ao concorrente, não caracteriza qualquer irregularidade.

A associação feita no recurso não tem qualquer fundamento, sendo certo que se poderia imaginar isso por vários aspectos, como forma de redação ou estilo. A análise é absolutamente subjetiva e não tem qualquer amparo no edital.

Para além disso, é preciso frisar que a mecânica de avaliação se deu da seguinte maneira: Primeiro foram analisadas todas as propostas do envelope 01 e atribuídas suas respectivas notas, para depois, sem qualquer hipótese de revisão do trabalho realizado anteriormente, serem abertas as propostas do envelope 03. Ou seja, quando foram avaliados os materiais pertencentes ao envelope 03, todas as propostas do envelope 01 já estavam devidamente justificadas e avaliadas, desqualificando assim, o questionamento do Requerente quanto à lisura do processo e a integridade dos membros pertencentes à Subcomissão Técnica de Licitação.



**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019**  
**SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO**  
**ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE**  
**E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 01**

Posto isso, fica deliberado que a Licitante Somos Todos Mineiros não será penalizada por desclassificação, visto que não foi possível identificá-la nas propostas apresentadas tanto no envelope nº1, quanto no envelope nº 3.

**f) Da desclassificação da COMPET do lote nº 01 por constar, de forma errônea, no invólucro relativo ao Lote 01 – Institucional, parte do lote relativo à Educação e vice-versa.**

De início, é importante registrar que tal ponto não caracteriza hipótese de desclassificação, porquanto não identifica qualquer proposta ou viola qualquer cláusula do edital que seria passível de desclassificação.

Assentado esse ponto, certo é que a referida questão não passou despercebida da Subcomissão Técnica, bastando a simples leitura das razões para decidir, adotadas por essa Subcomissão:

**“JUSTIFICATIVA CAMPANHA B – LOTE 01**

**IDÉIA CRIATIVA**

*As peças apresentadas neste item sugerem duas campanhas distintas, sendo que apenas 03 (três) peças correspondem ao que está escrito na ideia criativa.*

*De acordo com o briefing são solicitadas 12 peças demonstrativas e o licitante apresentou, dentro do tema proposto na estratégia, apenas 03 peças. ”*

Portanto, a questão apontada já foi objeto de valoração, pelo que não há o que se alterar na nota atribuída. Vale dizer que, nesse tocante, a agência Compet foi duramente penalizada em suas notas, ficando em último lugar na classificação geral com apenas 33,60 pontos em 70, ou seja, as falhas apontadas foram consideradas por ocasião do julgamento, não constituindo assim motivo objetivo para desclassificação da licitante.

Por fim, o simples fato da recorrente solicitar a desclassificação do candidato que apresentou a menor nota e ficou em último lugar no ranking geral do Lote 01, deixa clara a sua intenção de atrasar a conclusão da licitação.

**g) Da revisão das notas concedidas em desacerto com as diretrizes do Briefing pela Licitante INOVATE Comunicação.**



**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019**  
**SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO**  
**ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE**  
**E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 01**

Com o devido respeito, os pontos trazidos pela recorrente foram exaustivamente tratados por ocasião do julgamento da Subcomissão Técnica, pelo que não há qualquer razão para a modificação da nota. Basta a simples leitura das razões do julgamento para se constatar tal ponto:

**“JUSTIFICATIVA CAMPANHA A – LOTE 01**

***ESTRATÉGIA DE MÍDIA***

*A falta de justificativa dos critérios utilizados para a escolha de determinados veículos, tanto no meio rádio, quanto no jornal impresso, pode comprometer a isonomia com os demais e o alcance de públicos específicos. ”*

Com efeito, a nota atribuída levou em consideração o ponto destacado, sendo certo que o julgamento se pautou nas balizas previstas no Anexo J, que cuida dos critérios de julgamento. Há clara fundamentação correspondente à nota atribuída a esta licitante no quesito Estratégia de mídia e não mídia, por isso, a alegação do Requerente é absolutamente irrelevante.

Vale dizer que dentre as notas da agência recorrida, Estratégia de Mídia e não Mídia foi seu pior resultado, sendo claro que tal ponto já foi objeto de deliberação. Por fim, deve-se registrar que apesar da questão, a licitante apresentou uma boa estratégia e demonstrou a execução.

**h) Da revisão das notas concedidas em desacerto com as diretrizes do Briefing pela Licitante POPCORN Comunicação.**

Mais uma vez, a recorrente pede a renovação de julgamento de questão avaliada pela Subcomissão Técnica, bastando a simples leitura das razões do julgamento:

**“JUSTIFICATIVA CAMPANHA G – LOTE 01**

***ESTRATÉGIA DE MÍDIA***

*Para além disso, na planilha tática do meio rádio, o licitante calcula os custos, de veiculação e produção, de um spot de 60”, mas apresenta um material de 1’14”. ”*

Ou seja, em sua justificativa, a Subcomissão Técnica de Licitação deixa claro que percebeu que o Licitante programou um spot de 60”, mas entregou um de duração superior. É exatamente por isso que a licitante



**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019**  
**SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO**  
**ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE**  
**E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 01**

teve suas notas penalizadas não apenas no quesito Estratégia de Mídia, como aponta a Requerente, mas também na Ideia Criativa, sofrendo a devida penalização pela falha, nos termos do anexo J do Edital.

Portanto, a hipótese é de rejeição da alegação, que não trouxe qualquer novidade para o julgado, pelo que o ponto já foi apreciado.

**i) Da revisão das notas concedidas em desacerto com as diretrizes do Briefing pela Licitante DEZOITO Comunicação.**

Neste ponto, a recorrente questiona as razões adotadas pela Subcomissão para a nota concedida. Trata-se de questão subjetiva e inerente ao próprio julgamento. As razões foram bem postas no sentido de que “a Ideia Criativa não manteve a identidade visual” e a nota atribuída correspondente à observação.

O recurso, com o devido respeito, sequer se presta a justificar em qual ponto a nota não corresponderia com a ressalva posta na justificativa, limitando-se a discordar, subjetivamente, da pontuação concedida. Desta feita, revendo a justificativa, é certo que não há qualquer razão para a modificação da nota dada, não havendo qualquer argumentação no recurso apta a alterá-la.

Não existe a alegada desigualdade, sendo certo que não se apontou qual seria o desacerto com as diretrizes do edital.

Novamente fica nítido que o recurso é meramente protelatório, baseado em uma imputação de violação da isonomia pela Subcomissão Técnica. O que se verifica, objetivamente, é que a recorrente busca atacar genericamente as notas de todas as concorrentes com melhor classificação, a fim de reverter a sua má colocação final, que, no entanto, decorre exclusivamente pelo trabalho apresentado.

**j) Da revisão das notas concedidas em desacerto com as diretrizes do Briefing pela Licitante FAZ Comunicação.**

Neste item, fica claro que o Requerente ao redigir a peça recursal não a revisou, pois o mesmo se deu o trabalho apenas de copiar e colar os mesmos apontamentos feitos para a solicitação de revisão de nota para a licitante DEZOITO Comunicação.

Em ambos os textos o requerente escreve: “ Segundo a avaliação da comissão julgadora, a Ideia Criativa não manteve identidade visual nas peças apresentadas. A escolha das cores nas peças gráficas não reforça um dos pedidos do briefing, que é manter a positividade dos mineiros. Também é dito que as peças não promovem o engajamento, além de mais uma vez não obedecer ao briefing quando dá a entender que as



**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019**  
**SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO**  
**ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE**  
**E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 01**

medidas necessárias já foram tomadas. A comissão ressalta que a licitante propõe um protagonismo para a comunicação feita pelas redes sociais com estratégias específicas para diferentes públicos, mas que apresenta um projeto aquém do proposto, com apenas dois vídeos de 15 segundos.

Também sinaliza que a licitante incorre no erro de utilizar no e-mail marketing proposto a assinatura do Governador Romeu Zema, o que é vedado pelo art. 37, § 1º da Constituição da República Federativa do Brasil, que proíbe esse tipo de promoção pessoal em campanhas de caráter público. A licitante também não deixou claro a base de dados utilizada para o disparo das mensagens de e-mail marketing. Ainda assim, mesmo com tantas ressalvas e avaliações negativas. ”

No entanto nenhum desses apontamentos são referentes à campanha da FAZ Comunicação e sim da agência DEZOITO Comunicação, pelo que não há o que se responder.

Posto isso não há o que se revisar, visto que o requerente apenas “copiou e colou” a solicitação do item anterior.

**k) Da revisão das notas concedidas em desacerto com as diretrizes do Briefing pela Licitante ZUBB Agência Digital.**

A alegação recursal é, com o devido respeito, incompreensível. O Recurso limita-se a dizer que a estratégia é ruim e sequer se presta a explicar o porquê. Portanto, não há o que se revisar.

**l) Da revisão das notas concedidas em desacerto com as diretrizes do Briefing pela Licitante 2004 Comunicação.**

O recurso alega que a licitante 2004 teria pouco conhecimento do meio rádio pelo simples fato de ter programado um número reduzido de veículos para esse meio, no entanto, ignora a existência de outros critérios para a escolha do meio e dos veículos, como cobertura ou público alvo. Logo, trata-se de argumentação genérica que sequer explica qual seria o equívoco no julgamento.

Portanto, por não apresentar fundamentos e dados técnicos suficientes para embasar a sua alegação de que o licitante possui pouco conhecimento do meio rádio, sua solicitação de revisão de notas não merece prosperar.

Por fim, quanto ao apontamento de que a Subcomissão teria constatado que a campanha não foi muito feliz, certo é que tal ponto foi justamente o motivo para a redução das notas da licitante impugnada, não havendo o que se modificar nessa fase.



**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019**  
**SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO**  
**ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE**  
**E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 01**

**m) Da revisão das notas concedidas em desacerto com as diretrizes do Briefing pela Licitante Consórcio Somos Todos Mineiros.**

Neste item, a Requerente manifesta a sua insatisfação com relação à nota atribuída para a Licitante Consórcio Somos Todos Mineiros sob a alegação de que houve um elevado investimento em Facebook, deixando a desejar no quesito economicidade.

A alegação, no entanto, ignora que, para se definir se um determinado investimento por meio é alto ou baixo é preciso compará-lo aos resultados alcançados para que assim seja possível mensurá-lo por métricas. Esses sim são referenciais objetivos e técnicos capazes de definir a qualidade do investimento realizado e foram adotados pela Subcomissão, com a atribuição de notas, nos termos do Anexo J. Não há nesse ponto o que se alterar, inexistindo sequer argumentação para justificar o pleito.

Outro ponto de questionamento por parte de Requerente foi que, de acordo com sua peça, “A estratégia se apresenta com pouca clareza e com nenhum conhecimento dos hábitos”. No entanto, não especifica sobre quais hábitos se refere, não permitindo assim que essa Subcomissão sequer possa analisar as razões recursais.

Por fim, foi utilizado na sua última alegação um trecho da justificativa elaborada por esta Subcomissão, no qual definimos que a Licitante Consórcio Somos Todos Mineiros demonstrou pouco conhecimento da atividade Governamental, com textos prolixos e pouco objetivos, mostrando um fraco entendimento do briefing, só esqueceu de citar em seu recurso que, por esse motivo, a Licitante ficou em penúltimo lugar no Lote 01 com apenas 59% de aproveitamento, refletido em uma nota 41,03 no total de 70. As razões, portanto, estão compatíveis com a nota atribuída.

**n) Da revisão das notas concedidas em desacerto com as diretrizes do Briefing pela Licitante Compet.**

A insatisfação, mais uma vez, limita-se a repetir os próprios fundamentos da Subcomissão, requerendo revisão da nota. A nota dada é compatível com os critérios descritos no edital e perfeitamente adequadas às razões postas, tanto que a Licitante em questão ficou em último lugar no Lote 01 com apenas 47% de aproveitamento, no qual lhe foi atribuída uma nota de 33,66 em 70.

Com relação à afirmação de que na apresentação do Plano de Mídia a Licitante erra ao programar apenas 01 semana para o meio rádio, não há qualquer fundamento, já que o meio nos permite comprar a inserção unitária, cabendo ao cliente definir, de acordo com o seu objetivo de comunicação, a decisão se fará três, cinco, dez ou trinta dias de mídia.



**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019**  
**SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO**  
**ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE**  
**E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 01**

**o) Da revisão das notas concedidas pela Subcomissão à Recorrente AZ3 Comunicação.**

Nesse ponto, verifica-se que a licitante pretende todo um novo julgamento de sua proposta. Para tal finalidade, mais uma vez, se vale dos argumentos postos pela Subcomissão. O recurso administrativo, nessa fase, com todo respeito, não se presta a tal finalidade, não havendo a apresentação de qualquer argumento novo, de algo que não tenha sido percebido pela Subcomissão Técnica.

Assim sendo, e levando em consideração que a nota concedida se pautou nos critérios estabelecidos no edital, mais precisamente no anexo J, não há o que se alterar, não se prestando o recurso a explicar a proposta feita, sendo certo que a Subcomissão deve se pautar no que constou da proposta e não em novas explicações ora trazidas pela licitante.

Desta feita, havendo adequada justificativa por parte da Subcomissão e compatibilidade entre tal justificativa e a nota concedida, não há o que se alterar no julgamento realizado.

**p) Da solicitação de diligência por parte da Comissão Especial de Licitação em todas as agências que participaram do Lote nº 01.**

Ao final de seu recurso, a Requerente AZ3 solicita ainda a realização de diligências junto às licitantes do Lote 1, invocando “notórias e públicas distorções no corpo técnico e nas instalações das mesmas”.

De início, é de se registrar que já consta no edital os critérios para análise de qualificação técnica (cláusula 6.2 do edital), não cabendo à Comissão de Licitação ampliar os critérios ali descritos, não havendo no edital qualquer previsão de diligência. Nesse ponto, vale frisar que o edital apenas determina a apresentação de estrutura e equipe técnica no prazo de 30 dias após a adjudicação do objeto, não havendo, portanto, motivo para esse questionamento, nessa fase.

Todas as licitantes apresentaram seus cases e portfólios (que foram objeto de julgamento), demonstraram sua capacidade econômico financeira e apresentaram seus documentos de qualificação técnica, não havendo qualquer fundamento para desacreditar tais documentos, além de não haver sequer fundamentação no recurso nesse sentido.

Portanto, não se verifica a necessidade de diligência, que no presente caso parece pretender unicamente protelar o procedimento em questão.

Não existindo razão ou mesmo prejuízo pela não realização da diligência, a hipótese é de indeferimento.



**GOVERNO DO ESTADO DE MINAS GERAIS**  
SECRETARIA GERAL  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO

---

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019**  
**SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO**  
**ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTOS PELA EMPRESA AZ3 PUBLICIDADE**  
**E PROPAGANDA EIRELI PARA O LOTE 01**

**MEMBROS INTERNOS:**

*Andreza Gischewski Costa*

*Marcelle Melasso*

*Marta Emília Pinto Botelho*

*Ronaldo Moraes de Paiva Junior*

**MEMBROS EXTERNOS:**

*Leandro Figueiredo Magalhães*

*Luciano Resende*