



EGRÉGIA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DO
BANCO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO DO EXTREMO
SUL

LICITAÇÃO PRESENCIAL BRDE 2019 / 140

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

DEBRITO PROPAGANDA LTDA, empresa inscrita no CNPJ/MF sob o nº 00.000.424/0001-56, com matriz na Rua Fidêncio Ramos, nº 223, 1º andar, CEP 04551-010, Vila Olímpia, São Paulo - SP, e filial em Porto Alegre - RS, na Avenida Diário de Notícias, 200, Bairro Cristal, CEP 90810-080, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 00.000.424/0004-07, por seu representante que assina ao final, vem perante essa Egrégia Comissão, não se conformando com a respeitável decisão de julgamento das propostas técnicas, tendo sido aberto prazo para apresentação de recurso, vem respeitosamente, interpor **RECURSO** com fulcro nos itens 14.1 a 14.6 do Edital da Licitação Presencial BRDE 2019 / 140 - Melhor Combinação de Técnica e Preço, pelas razões seguintes:



I – OBJETO DO PRESENTE RECURSO

1. A insurgência recursal tem por objeto a respeitável decisão da Egrégia Comissão de Licitação no que diz respeito à desclassificação por alegada paginação à caneta (o que, como se demonstrará, não ocorreu), impondo-se ainda a revisão de notas do item *estratégia de mídia e não mídia* uma vez que alguns membros da subcomissão não avaliaram a *não mídia* informando que não havia sido entregue. Finalmente se deduzirá uma ponderação acerca da análise do mérito da proposta vencedora.

2. Estando em curso o prazo recursal, interpõe a licitante DEBRITO PROPAGANDA LTDA. o presente recurso, pelas razões e motivos que adiante seguem.

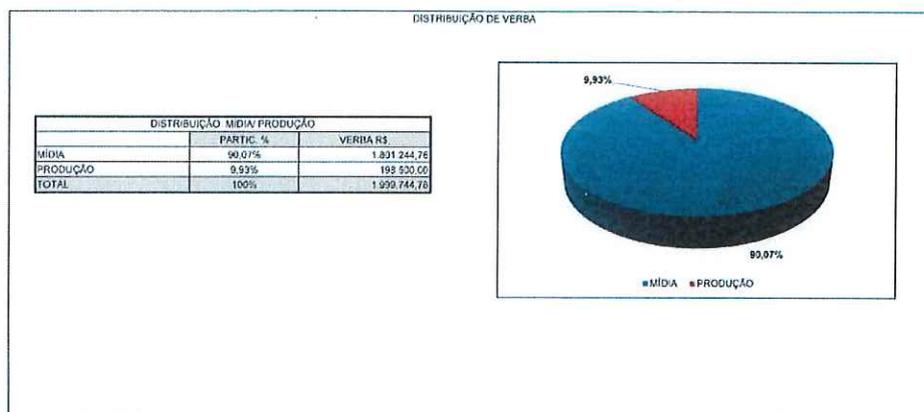
II – RAZÕES DE REFORMA DA DECISÃO RECORRIDA

3. O primeiro aspecto de insurgência condiz com o que se tomou por um erro rave da licitante DEBRITO, o qual consistiria em paginar *“a mão com caneta”* documentação constante de seu envelope, tal como consta da *“Ata da 1ª Sessão - Análise e Pontuação do Invólucro 1”*.

4. Com o devido acato aos julgadores integrantes dessa Egrégia Comissão e da Subcomissão, há evidente equívoco na apreciação dos elementos que embasam a desclassificação da licitante DEBRITO PROPAGADANDA.

5. Com relação à primeira razão, a alegada paginação à caneta, verifica-se das imagens disponibilizadas e acessíveis via link dos conteúdos dos envelopes, que a paginação à caneta referida foi feita à mão e ao que tudo indica quem a fez lançou um visto. O visto em questão pode ser visto na imagem abaixo:

Figura 01

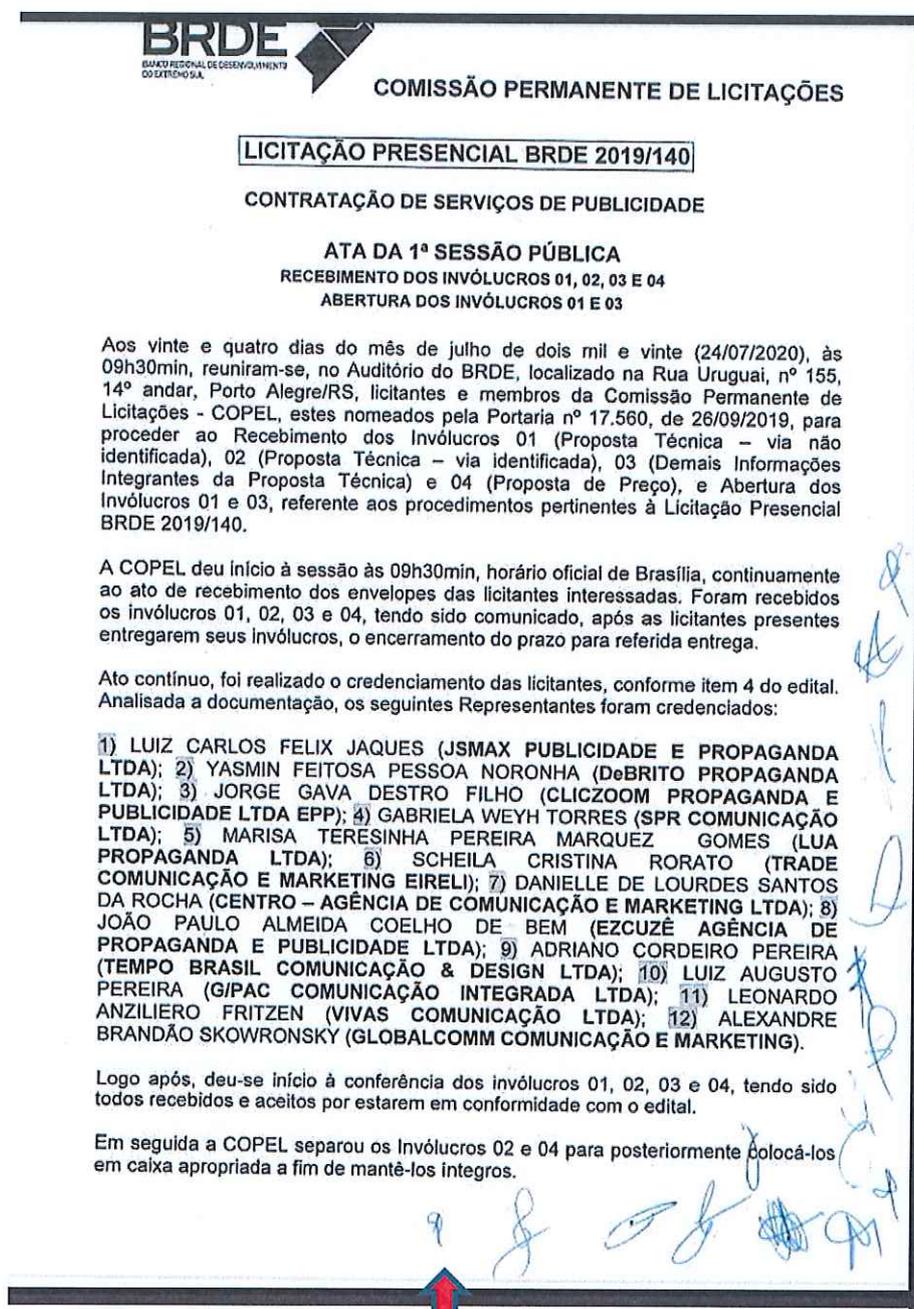


27/23 9



6. Esse visto pode ser identificado em documentos outros do procedimento licitatório, como as atas das sessões. A imagem a seguir demonstra essa constatação:

Figura 02



BRDE
BANCO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO
DO EXTREMO SUL

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES

LICITAÇÃO PRESENCIAL BRDE 2019/140

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

ATA DA 1ª SESSÃO PÚBLICA
RECEBIMENTO DOS INVÓLUCROS 01, 02, 03 E 04
ABERTURA DOS INVÓLUCROS 01 E 03

Aos vinte e quatro dias do mês de julho de dois mil e vinte (24/07/2020), às 09h30min, reuniram-se, no Auditório do BRDE, localizado na Rua Uruguai, nº 155, 14º andar, Porto Alegre/RS, licitantes e membros da Comissão Permanente de Licitações - COPEL, estes nomeados pela Portaria nº 17.560, de 26/09/2019, para proceder ao recebimento dos Invólucros 01 (Proposta Técnica - via não identificada), 02 (Proposta Técnica - via identificada), 03 (Demais Informações Integrantes da Proposta Técnica) e 04 (Proposta de Preço), e Abertura dos Invólucros 01 e 03, referente aos procedimentos pertinentes à Licitação Presencial BRDE 2019/140.

A COPEL deu início à sessão às 09h30min, horário oficial de Brasília, continuamente ao ato de recebimento dos envelopes das licitantes interessadas. Foram recebidos os invólucros 01, 02, 03 e 04, tendo sido comunicado, após as licitantes presentes entregarem seus invólucros, o encerramento do prazo para referida entrega.

Ato contínuo, foi realizado o credenciamento das licitantes, conforme item 4 do edital. Analisada a documentação, os seguintes Representantes foram credenciados:

1) LUIZ CARLOS FELIX JAQUES (JSMAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA); 2) YASMIN FEITOSA PESSOA NORONHA (DeBRITO PROPAGANDA LTDA); 3) JORGE GAVA DESTRO FILHO (CLICZOOM PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA EPP); 4) GABRIELA WEYH TORRES (SPR COMUNICAÇÃO LTDA); 5) MARISA TERESINHA PEREIRA MARQUEZ GOMES (LUA PROPAGANDA LTDA); 6) SCHEILA CRISTINA RORATO (TRADE COMUNICAÇÃO E MARKETING EIRELI); 7) DANIELLE DE LOURDES SANTOS DA ROCHA (CENTRO - AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA); 8) JOÃO PAULO ALMEIDA COELHO DE BEM (EZCUZÊ AGÊNCIA DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA); 9) ADRIANO CORDEIRO PEREIRA (TEMPO BRASIL COMUNICAÇÃO & DESIGN LTDA); 10) LUIZ AUGUSTO PEREIRA (G/PAC COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA); 11) LEONARDO ANZILIERO FRITZEN (VIVAS COMUNICAÇÃO LTDA); 12) ALEXANDRE BRANDÃO SKOWRONSKY (GLOBALCOMM COMUNICAÇÃO E MARKETING).

Logo após, deu-se início à conferência dos invólucros 01, 02, 03 e 04, tendo sido todos recebidos e aceitos por estarem em conformidade com o edital.

Em seguida a COPEL separou os Invólucros 02 e 04 para posteriormente colocá-los em caixa apropriada a fim de mantê-los integros.

7. A **questão que se coloca**, assim, é a de **quem teria apostado esse visto** (e provavelmente a paginação à mão). **Certamente não foi nenhum representante da licitante DEBRITO!**

8. E porque se pode ter a certeza de que a anotação à caneta (ou, em verdade, as anotações, pois há mais de uma, nos mesmos moldes, sendo a que se mencionou na Figura 01 serve de exemplo)? Porque **somente os membros da Comissão rubricaram o material dos invólucros!** Eis esclarecedor trecho constante parágrafo da Ata da 1ª Sessão Pública: *"Logo após, foi levantada a questão sobre a rubrica dos documentos que compõem os invólucros 01 e 03, se esse conteúdo deveria ser rubricado pela COPEL e pelas representantes ou se apenas pela COPEL. Ficou decidido sob a concordância de todos que deveria haver a rubrica apenas da própria Comissão, na medida em que as rubricas dos representantes das licitantes poderia causar eventual identificação das propostas (envelopes 01). Quanto ao conteúdo dos envelopes 03, a rubrica igualmente deu-se apenas pelos membros da COPEL, após levantadas a questão para os representantes, procedimento com o qual todos concordaram"* – grifou-se. Eis a imagem desse parágrafo:

Figura 03

Logo após, foi levantada a questão sobre a rubrica dos documentos que compõem os invólucros 01 e 03, se esse conteúdo deveria ser rubricado pela COPEL e pelas representantes ou se apenas pela COPEL. Ficou decidido sob a concordância de todos que deveria haver a rubrica apenas da própria Comissão, na medida em que a rubrica dos representantes das licitantes poderia causar eventual identificação das propostas (envelopes 01). Quanto ao conteúdo dos envelopes 03, a rubrica igualmente deu-se apenas pelos membros da COPEL, após levantada a questão para os representantes, procedimento com o qual todos concordaram.

Ato contínuo, a COPEL iniciou a abertura dos invólucros 01, rubricando seu conteúdo, momento em que toda a documentação pôde ser analisada pelas licitantes.

Após a análise dos documentos integrantes dos invólucros 01, tal documentação foi novamente inserida nos respectivos invólucros para posterior remessa à Subcomissão Técnica.

Questionou-se aos presentes, então, se havia algum fato digno de registro em ata. O seguinte representante manifestou o que segue:

JOÃO PAULO ALMEIDA COELHO DE BEM (EZCUZÊ AGÊNCIA DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA) – solicitou a especial atenção da Subcomissão Técnica quanto à formatação da proposta técnica às margens e ao

9. Quiçá inadvertidamente, algum dos membros da Comissão pode ter efetuado a anotação à caneta e algum outro julgador e um momento seguinte considerado uma falha da licitante. Isso é algo de que se pode cogitar. O que se pode ter por certo, é que nenhum membro da equipe ou representante da licitante DEBRITO lançou qualquer anotação à caneta e nem tampouco rubricou qualquer conteúdo dos invólucros, como certifica o texto acima transcrito da ata.

10. Disto resulta que a ora Recorrente DEBRITO PROPAGANDA está sendo punida severamente por um ato que não praticou! Daí não ser justo, e nem jurídico, que subsista essa punição de desclassificação, sem que a licitante tenha concorrida para a prática de qualquer ato que se considere uma infração aos termos do regramento do certame.

11. Superada a injusta razão de desclassificação da licitante DEBRITO PROPAGANDA, cabe dizer da necessidade de revisão das notas da subcomissão para o item *estratégia de mídia e não mídia*. Isto porque alguns julgadores consideraram como não apresentada as estratégias de *não mídia*, o que se pode concluir da análise das planilhas de julgamento das propostas técnicas subscritas pelos ilustres membros julgadores Sra. Renata Borges Todescato e Sr. Ney Queiroz de Azevedo no item referente à campanha da recorrente “QUANDO VOCÊ PLANTA ALGO NOVO, A GENTE FINANCIÁ”. Ora, a apresentação da estratégia de não mídia consta às folhas 56 do material correspondente apresentado pela licitante DEBRITO PROPAGANDA. Confira-se a imagem seguinte:

Figura 04

ESTRATÉGIA DE NÃO MÍDIA:
Peças:
CARTAZ A3: Os pontos de venda nos comércios, principalmente revendedores de produtos agropecuários, prestadores de serviço, órgãos públicos etc., são locais apropriados para colocação desse cartaz incentivando produtores e criadores a serem clientes e buscar o crédito BRDE Inova.
SITE: Estamos recomendando uma nova cara para o site oficial do BRDE, alinhado com o design da campanha. Apresentamos apenas uma parte da Home, mas a ideia é desenvolver todas as páginas internas com o novo layout.
CARD WHATSAPP: Peça para distribuição para celulares de clientes do banco e outros clientes potenciais de interesse.

12. Tanto é verdade que a estratégia de não mídia foi apresentada, que a julgadora Lucilene Cardoso Corrêa da Rosa, justamente ao analisar a campanha da Recorrente *“QUANDO VOCÊ PLANTA ALGO NOVO, A GENTE FINANCIÁ”* pontua com nota máxima os itens de *Estratégia de Mídia e Não Mídia*. Confira-se a imagem abaixo:

Figura 05

69	básico	comunicação; (2 pontos)	2	2	
		d) Sobre a natureza e a extensão do objeto do Briefing; (2 pontos)	2	2	
		e) Dos desafios de comunicação a serem enfrentados pelo BRDE, do posicionamento e estratégias para enfrentar estes desafios (2 pontos)	10	9,5	
69.14	Estratégia de Comunicação Publicitária	a) A adequação do conceito proposto à natureza e à qualificação do BRDE e a seus desafios de comunicação; (4 pontos)	4	4	
		b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do conceito proposto e da estratégia de comunicação publicitária proposta; (4 pontos)	4	4	
		c) A apresentação de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do BRDE com seu público-alvo, objeto do Briefing; (4 pontos)	4	4	
		d) A adoção e a executabilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios de comunicação do BRDE para o segmento de fôido no Briefing; (4 pontos)	4	3,5	Penso que não tem algo específico que chame a atenção.
		e) A capacidade de articular os conhecimentos sobre o BRDE, o mercado no qual se insere, seus desafios de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas com a proposta e a verba disponível; (4 pontos)	4	3,5	Podera ser mais completo os itens sobre resultados e metas.
			20	19	
69.17	Ideia Criativa	a) Sua adequação aos desafios de comunicação do BRDE, do posicionamento e estratégias para enfrentar estes desafios; (3 pontos)	3	3	
		b) Sua adequação ao universo do segmento do público alvo; (3 pontos)	3	3	
		c) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem; (6 pontos)	6	5	Peças comuns. Nada impactante.
		d) Sua pertinência às atividades do BRDE e à sua inserção nos contextos social, político e econômico; (3 pontos)	3	3	
		e) A executabilidade das peças e/ou do material; (5 pontos)	5	5	
		f) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e ao público proposto; (3 pontos)	3	3	
			23	22	
69.17	Estratégia de Mídia e Não Mídia	a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do segmento do público definido no Briefing, e a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; (5 pontos)	5	5	
		b) A consistência do plano simulado de mídia e não mídia das peças e/ou do material em relação à alínea anterior; (5 pontos)	5	5	
		c) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação, levando em consideração a otimização da mídia convencional e alternativa; (5 pontos)	5	5	
			15	15	
Nota Final			68	65,5	

Porto Alegre, 12 de agosto de 2020

 Lucilene Cardoso Corrêa da Rosa
 Sem vínculo funcional ou contratual com BRDE

13. Os Ilustres Julgadores que entenderam pela não apresentação de *Estratégia de Não Mídia*, quando, é certo, esse quesito foi apresentado e chegou a ser pontuado com nota máxima por uma dos julgadores, com a devida vênia, cometem grave injustiça, pelo que evidente irregularidade se abate sobre esse procedimento.

14. Esse resultado com relação à agência DEBRITO PROPAGANDA, resultante dessas graves injustiças e inconsistências acima relatadas, constituem grave ofensa aos princípios da legalidade, da moralidade e do julgamento objetivo, dentre outros que se poderia invocar, pelos quais deve se pautar um certame licitatório (art. 3º, Lei 8666/93).

15. Os sérios motivos acima expostos já são suficientes para o acolhimento desta insurgência recursal. Mas também uma outra razão, desta vez no que tange ao julgamento do mérito quanto à proposta vencedora, deve ser objeto de revisão.

16. Com efeito, a proposta vencedora, de uma verba prevista de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais) destina R\$ 385.000,00 (trezentos e oitenta e cinco mil reais) somente para o pagamento de cachê de figura pública, o Sr. Marcelo TAS. Sem adentrar na questão da adequação dessa figura pública à imagem e aos fins institucionais do BRDE, o valor desse cachê corresponde 19,25% de toda a verba publicitária, o que reduz os recursos para veiculação, e conseqüentemente, reduz o alcance e eficácia da mensagem publicitária. Dito em outros termos, essa redução de eficiência resultante do exagerado comprometimento de parte de verba publicitária somente para o pagamento de um cachê atenta contra



a moralidade administrativa e fere de morte o princípio da eficiência, em desacordo com o que estatui a Constituição Federal em termos dos princípios pelos quais se deve pautar a Administração Pública (CF, art. 37).

17. Por todas essas razões, impõe-se o provimento do recurso.

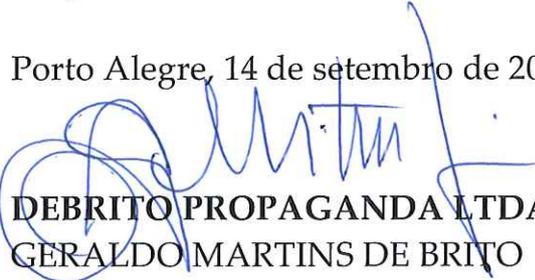
III – DO PEDIDO

18. Pelo exposto, caber requerer dessa Egrégia Comissão, seja o presente recurso conhecido e provido, reformando-se a respeitável decisão recorrida, de forma que:

a) seja feito o procedimento licitatório, com a entrega de novas propostas e documentos pelas licitantes;

b) alternativamente, caso entenda essa Egrégia Comissão por manter o procedimento licitatório com o aproveitamento dos documentos e propostas entregues, que seja feita nova avaliação dessas propostas, desta vez sem os erros e equívocos apontados nas razões recursais, inclusive com reavaliação do mérito da campanha declarada vencedora, pelos motivos expostos.

Porto Alegre, 14 de setembro de 2020


DEBRITO PROPAGANDA LTDA.
GERALDO MARTINS DE BRITO
Sócio Diretor