



FCS Comunicação
+55 65 3028 6911
fcs.com.br

R São Paulo, 110 Ribeirão da Ponte
78040-585 - Cuiabá . Mato-Grosso . Brasil

**Ilustríssimo(a) Senhor(a) Presidente da Comissão Permanente de
Llicitação da Associação Mato-grossense dos Municípios**

Ref.: Concorrência nº 001/2022

FCS COMUNICAÇÃO S/A, empresa licitante já qualificada no Processo relativo à Concorrência nº 001/2022, destinado à “contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo 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 supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral”, não se conformando com a decisão dessa doura Comissão de Licitação que declarou vencedora do certame a empresa IMAGINE PROPAGANDA vem tempestivamente, interpor o presente **RECURSO**, alegando as seguintes razões:

*Recebido em
34/04/2023
as 12h
Alexsander*



I – BREVE SÍNTSE

A Associação Mato-grossense dos Municípios com o objetivo na contratação de Agência de Publicidade para elaborar, desenvolver e trabalhar na divulgação dos materiais de interesse da Associação Mato-grossense dos Municípios (AMM), realizou a primeira sessão no dia 12 de janeiro do corrente ano, sessão esta que recepcionou os invólucros 01, 02, 03 e 04, momento em que passou-se à abertura e rubrica dos documentos constantes dos invólucros nº 01 e 03, bem como rubricar os lacres dos invólucros nº 02 e 04.

Em 24 de março próximo passado fora realizada a segunda sessão da Concorrência supra mencionada, onde fora recepcionado e apresentadas as atas de julgamento das propostas técnicas (invólucros nº 1 e 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, passando-se à abertura do invólucro nº 02 para identificação do que fora julgado pela Subcomissão Técnica, bem como do invólucro nº 04 para verificação das notas finais das empresas licitantes, culminando com a classificação final, conforme a Ata da Segunda Sessão acostada aos autos.

É a síntese necessária ao pleito no presente momento.

II – DA TEMPESTIVIDADE

Preliminarmente, todo recurso exige pré-requisitos para o seu conhecimento, in casu, a tempestividade.

Nessa esteira de entendimento, colhe-se os ensinamentos de MARÇAL JUSTEN FILHO (in Comentários à Lei de Licitações e



Contratos Administrativos, 9^a ed., Ed. Dialética, São Paulo, 2002, p. 590), no sentido de que:

"O cabimento do recurso administrativo sujeita-se à presença de determinados pressupostos. Sem esses pressupostos, nem se chega a apreciar o mérito da questão. A existência de pressupostos recursais retrata a vedação legal ao exercício meramente arbitrário da faculdade de impugnar atos administrativos. Trata-se de evitar desperdício de tempo e de energia na apreciação da insatisfação do particular. Os pressupostos recursais são requisitos que todo recurso deve apresentar sob pena de não ser conhecido - vale dizer, não ser efetivada a revisão do ato administrativo impugnado".

No instrumento convocatório da concorrência em epígrafe, restou claro a seguinte previsão, não cabendo a qualquer licitante alegar desconhecimento:

"22.1 Eventuais recursos referentes a presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à Comissão Permanente de Licitação e, protocolizada na Associação Mato-grossense dos Municípios, Av. Rubens de Mendonça, 3920 – CPA, no horário das 8h às 12h e as 13:30h as 17:30h."

Nessa ótica, considerando que foi autorizada as vistas aos autos entre os dias 04 e 05 de abril de 2023 e como é cediço no Direito Administrativo que "**na contagem dos prazos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento**" (grifos nossos), as razões recursais dever-se-ão ser protocoladas até o dia 14 de abril de 2023, haja vista os feriados da Quinta e Sexta-feira Santas.



Nesse diapasão, por restar flagrante e manifestamente tempestivo o presente apelo, requer que se digne, o conhecimento desta exordial.

III – RAZÕES DE RECURSO

Irresignada com o resultado do procedimento em evidência, a empresa ora recorrente, manifesta através de seu representante legal a presente intenção de interposição de recurso e competente razões recursais.

Com as mais respeitosas vêrias, é importante ressaltar que essa digna comissão se equivocou na decisão tomada.

Em que pese o habitual e inquestionável saber técnico-jurídico da ilustre comissão e o empenho em proferir um julgamento justo, legal e adequado aos objetivos perseguidos, na verdade, involuntariamente, laborou em equívocos, em especial movido pela decisão errônea tomada pela Subcomissão Técnica.

Para melhor demonstração, traremos as razões separadamente por empresa, diante dos fatos constatados.

III.1 – IMAGINE PROPAGANDA (JV FERMINO)

III.1.a. – Inclusão de Gestão de tráfego de redes sociais

Analisando os documentos que foram disponibilizados pela Comissão Permanente de Licitação, especialmente da empresa Imagine Propaganda, constata-se que mesma lançou uso da gestão de tráfego de redes sociais, senão vejamos:

Propomos a utilização de um gerenciamento de tráfego para maior alcance, abrangência e massificação da campanha, pois a vantagem da ação no Youtube é conseguir alcançar diferentes públicos, independente da idade, gênero ou interesses.

Resumo Geral					
Mídia					
Meio	Período de Veiculação	Quantidade de Inserções	Custo Total	%	
Televisão	04/12 a 16/12	12	78.416,00	39,21%	
Rádio	04/12 a 18/12	228	30.148,80	15,08%	
Jornal	06/12/2022	1	14.040,00	7,02%	
Internet	04/12 a 18/12	45	18.452,25	9,23%	
Gestão de Tráfego Redes Sociais	04/12 a 18/12	15	1.500,00	0,75%	
Outdoor	05/12 a 18/12	24	25.200,00	12,60%	
Subtotal Mídia		325	167.757,05	83,89%	

No Item 11.3.4.3 do edital encontramos a seguinte redação:

11.3.4.3 Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação e divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabela de preços;
- c) deverá ser informado o montante de investimento proposto pela licitante, no âmbito de sua estratégia, a ser utilizado com formas inovadoras de comunicação publicitária, para alcance dos objetivos estabelecidos; e
- d) deverão ser desconsiderados os honorários sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores. (grifos nossos)



Por si só o uso de tal mecanismo já era razão pela não aceitabilidade da proposta da referida empresa haja vista a afronta ao texto editalício, em suma, desrespeito à um dos princípios mais basilares dos procedimentos licitatórios, qual seja, o da Vinculação ao Instrumento Convocatório.

Não suficiente, em sede de questionamentos anteriores à sessão licitatória, à empresa Gênius Publicidade, esta douta Comissão de Lição respondeu nos seguintes termos:

Segundo questionamento da Genius;

Pergunta-se

1. Referente ao item V sobre as novas formas de publicidade digital, é correto afirmar que nesse item incluem as redes sociais facebook e instagram, e os canais do google como rede a rede de display e o youtube?

Resposta - Sim, apenas para Google já que o briefing solicita um Banner para site do qual poderá ser anunciado no Google nos formatos rede de pesquisa e rede de display.

2. Referente ao item V, podemos sugerir uma estratégia de impulsionamento para as redes sociais facebook e instagram?

Resposta - Não, devendo observar apenas o ranqueamento do site institucional da AMM no Google, aplicando as formas de métricas e KPI's básicas como alcance, CPC e CPM.

3. Ainda referente ao item V, podemos utilizar as mídias do google, como a rede de display e o youtube na estratégia de mídias?

Resposta - Não, podemos utilizar apenas o ranqueamento do site institucional no Google, sendo que no briefing não é solicitada nenhuma peça exclusiva para o Youtube, apenas VT 30s, Spot 30s, Outdoor e Banner para site, dos quais não tem veiculação relacionada ao Youtube.

Cuiabá, 05 de novembro de 2022

Fábio Albuquerque da Silva
Presidente da comissão Permanente de Licitação



Assim, sendo, torna-se patente que a aceitação da proposta da empresa Imagine Propaganda afronta aos princípios basilares atinentes à licitação.

Vejamos a cartilha do Tribunal de Contas da União “Licitações & Contratos - Orientações e Jurisprudência do TCU” (4^a Edição - Revista, atualizada e ampliada) onde encontramos a seguinte lição:

Princípio da Vinculação ao Instrumento Convocatório

Obriga a Administração e o licitante a observarem as normas e condições estabelecidas no ato convocatório. Nada poderá ser criado ou feito sem que haja previsão no instrumento de convocação.

Não suficiente, encontra-se inúmeros julgados no mesmo Tribunal de Contas da União que reforça a obrigatoriedade do atendimento do referido princípio, das quais destacamos as que seguem:

Acórdão 2406/2006 Plenário

Atente, quando da análise das propostas, para o princípio da vinculação ao instrumento convocatório, abstendo-se de aprovar propostas desconformes com o edital.

Acórdão 2387/2007 Plenário

Zele para que não sejam adotados procedimentos que contrariem, direta ou indiretamente, o princípio básico da vinculação ao instrumento convocatório, de acordo com os arts. 3º e 41 da Lei nº 8.666/1993.

Acórdão 808/2008 Plenário

Oriente os funcionários encarregados dos processos licitatórios com vistas a que observem, quando do julgamento das



propostas, os princípios da vinculação ao instrumento convocatório e da publicidade do critério de julgamento, mediante cumprimento das disposições contidas nos arts. 44, caput e §§ 1º e 2º e 45, caput, da Lei nº 8.666/1993.

Acórdão 2479/2009 Plenário

Deixe de aceitar propostas em desacordo com as especificações técnicas, em obediência ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório previsto no art. 3º da Lei nº 8.666/1993.

Acórdão 265/2010 Plenário

Realize o julgamento das propostas de forma totalmente objetiva, em estrita vinculação com os critérios previamente estabelecidos no instrumento convocatório e de acordo com os fatores exclusivamente nele referidos, nos termos dos arts. 3º, 40, inciso VII, 41, 43, inciso V, 44 e 45 da Lei nº 8.666/1993.

Diante de todo o explanado, Ilustríssimos senhores julgadores, a aceitabilidade da proposta da empresa Imagine Propaganda sem que a mesma seja sumariamente desclassificada, estar-se-á afrontando a regra imposta pelo edital.

IV – REQUERIMENTO

Face ao exposto, requer:

- 1) Que seja recebido o presente RECURSO;
- 2) Que sejam feitas diligências para, caso queira, corroborar as informações prestadas na presente peça;
- 3) Que, com base nos pontos ventilados no presente recurso e por força do item 22.3. do edital da Concorrência nº 001/2022, seja



FCS Comunicação
+55 65 3028 6911
fcs.com.br

R São Paulo, 110 Ribeirão da Ponte
78040-585 - Cuiabá . Mato-Grosso . Brasil

revista à decisão para definitivamente DESCLASSIFICAR a empresa
IMAGINE PROPAGANDA (JV FERMINO);

- 4) Que seja refeita a ordem sequencial das notas finais constatadas; e,
- 5) Que seja dado prosseguimento no procedimento licitatório.

Nestes Termos

Pede Deferimento

Cuiabá(MT), 14 de abril de 2023.

JOSE GOMES DE
OLIVEIRA:442252107

15


Assinado de forma digital por JOSE
GOMES DE OLIVEIRA:44225210715
Dados: 2023.04.14 11:04:28 -04'00'

FCS COMUNICAÇÃO S/A

CNPJ 03.076.463/0001-25

JOSÉ GOMES DE OLIVEIRA

DIRETOR FINANCEIRO