

LICITAÇÃO DELCA <sadlicita@gmail.com>

Recurso Administrativo - Concorrência Pública 006/2023

3 mensagens

Marcelo Nascimento <marcelo@doit.art.br>
Para: sadlicita@gmail.com
Cc: Carolina Kreischer <carolinacruzick@gmail.com>

21 de junho de 2023 às 16:27

Boa tarde, tudo bem?

Segue em anexo Recurso Administrativo da agência Do iT Comunicação.

Att.

**2 anexos**

- CNH Digital.pdf
96K
- Recurso_DO_IT_Licitacao_Publicidade_Petropolis_ass.pdf
5634K


Marcelo Nascimento <marcelo@doit.art.br>
Para: sadlicita@gmail.com
Cc: Carolina Kreischer <carolinacruzick@gmail.com>

21 de junho de 2023 às 16:32

[Texto das mensagens anteriores oculto]

3 anexos

- CNH Digital.pdf
96K
- PROCURACAO_DO_IT__assinado.pdf
203K

 **Recurso_DO_IT_Licitacao_Publicidade_Petropolis_ass.pdf**
5634K

LICITAÇÃO DELCA <sadlicita@gmail.com>
Para: Marcelo Nascimento <marcelo@doit.art.br>
Cc: Carolina Kreischer <carolinacruzick@gmail.com>

21 de junho de 2023 às 16:34

Recebido.

[Texto das mensagens anteriores oculto]

À

Comissão Permanente de Licitação | CPL. da Prefeitura Municipal de Petrópolis | RJ.

ATT.: Sr. Edimilson Diamantino Rodrigues | Presidente

REF.: IMPUGNAÇÃO ao Julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência Pública nº.: 006 | 2023

MOCAPE CRIAÇÃO E PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA LTDA., com sede na cidade de Petrópolis, na Avenida Portugal, nº 186, Valparaíso, CEP: 25655-374, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas | CNPJ. do Ministério da Economia | ME. sob o nº.: CNPJ nº 19.666.880/0001-68, neste ato representada por **CAROLINA KREISCHER COSTA E SILVA** - brasileira, empresária, portadora da Carteira de Identidade 265596551, DETRAN/RJ e inscrita no Cadastro de Pessoas Físicas | CPF. - gerenciado pela Receita Federal do Brasil | RFB. com o nº.: 148.393.917-00, nos autos da **Concorrência Pública nº.: 006 | 2023, Processo Administrativo nº.: 15.598 | 2023**; vem - tempestivamente e de acordo com o disposto no inciso II do subitem **22.1.1 do Capítulo 22 | RECURSOS ADMINISTRATIVOS** da **Concorrência Pública nº.: 006 | 2023** e da **alínea 'b' do inciso II do artigo 109 da Lei Federal nº.: 8.666 - de 21.06|1993**, apresentar seu **RECURSO ADMINISTRATIVO** a forma e ao conteúdo do julgamento das propostas técnicas das empresas Licitantes participantes da **Concorrência Pública nº.: 006 | 2023**, se fundamentando em fatos, no determinado no próprio Edital e na legislação pertinente, que apresentamos a seguir:

**“Capítulo V
DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

Artigo 109 - Dos atos da Administração decorrentes da aplicação desta Lei cabem:

I - Recurso, no prazo de 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

- a) Julgamento das propostas”.

DO EFEITO SUSPENSIVO

Requer seja ao presente RECURSO conferido EFEITO SUSPENSIVO, por aplicação do termo legal que se aplica à espécie, que está disposto no **parágrafo 5º do artigo 109 da Lei Federal nº.: 8.666 - de 21.06|1993**:

“Parágrafo 2º - O recurso previsto nas alíneas ‘a’ e ‘b’ do inciso I deste artigo terá efeito suspensivo (grifo nosso), podendo a autoridade competente, motivadamente e presentes razões de interesse público, atribuir ao recurso interposto eficácia suspensiva aos demais recursos”.

O provimento do presente recurso, o qual confia ocorrerá, diante das robustas razões trazidas, implicará em efeito imediato sobre o julgamento realizado pela SubComissão Técnica das propostas das empresas Licitantes.

Dessa forma, nenhum outro ato processual deve ser praticado, até julgamento final do presente recurso.

DO MÉRITO

01 | Inicialmente, deve ser destacado que a SubComissão Técnica e a Comissão Permanente de Licitações se omitiram do dever que lhes competia, vez que os fatos abaixo narrados, não teriam ocorrido - e todo tempo dispensado e prejuízo a todos os envolvidos teriam sido evitados, caso tivesse a comissão cumprido seu dever de observar o **Princípio de Vinculação ao Edital** e aos termos da **Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**.

I - DAS IRREGULARIDADES DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

02 | A criação e sanção da **Lei Federal nº.: 12.2332 - de 29.04|2010** - a chamada **Lei da Publicidade**, foi fruto e consequência de um desejo de moralização das licitações de publicidade em todo o país.

03 | O objetivo principal da Lei é o de tornar objetivo e impessoal o julgamento das propostas técnicas das empresas Licitantes. De não tolerar julgamentos eivados de subjetividade, dirigismos ou parcialidades.

04 | Que se realce que estamos tratando de uma Lei específica, criada somente para normatizar as licitações de publicidade em serviços públicos.

05 | E - especificamente, a **Lei Federal nº.: 12.2332 - de 29.04|2010** impôs regras e limites aos membros da SubComissão Técnica | SubCom no exercício de julgar as propostas técnicas das empresas Licitantes.

06 | E nem poderia ser diferente. A fase processual mais relevante de uma concorrência de serviços de publicidade em órgãos públicos é a etapa de julgamento das propostas técnicas. Por isso mesmo, este deve ser cercado de procedimentos e critérios de pontuação objetivos, publicados em Edital e respeitados na prática do julgamento, com a devida publicidade dos atos praticados.

07 | E o fato é que as normas da **Lei Federal nº.: 12.2332 - de 29.04|2010** foram várias vezes desrespeitadas pelos membros da SubComissão Técnica | SubCom. e tais desrespeitos não podem ser ignorados pela Comissão Permanente de Licitação | CPL e/ou pela autoridade superior.

08 | E as irregularidades são GRAVES e muitas, como discriminaremos - detalhadamente, a seguir.

09 | A primeira omissão - grave e inexplicável, é o descumprimento formal e documental do que é exigido nos **incisos III, IV, V e VI do artigo 4º da Lei Federal nº.: 12.2332 - de 29.04|2010**, cujas redações seguem abaixo - na íntegra.

“Parágrafo 4º - O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

III - Análise individualizada (grifo nosso) e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do artigo 6º desta Lei.

IV - Elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

V - Análise individualizada (grifo nosso) e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o artigo 8º desta Lei, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório.

VI - Elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso”. (grifo nosso)

11 | Através de uma análise simples dos documentos apresentados pela Comissão Permanente de Licitações às empresas Licitantes que - por sua vez, foram confeccionados pelos membros da SubComissão Técnica, resta evidente que o julgamento das propostas foi realizado **CONJUNTAMENTE**, como devassaremos - na sequência.

12 | Evidência 1

Foi apresentada às empresas Licitantes a ata de julgamento realizada pela SubComissão Técnica datada de 30 de maio de 2023.

Nela a redação não deixa dúvidas do trabalho em **CONJUNTO**, ao arrepio do que a Lei determina:

“Os três integrantes da subcomissão concordaram em avaliar um subquesito por vez”.

“Feito todo esse procedimento, a Subcomissão Técnica chegou à seguinte classificação ...”

“Abaixo, a planilha individual de cada proposta, com as notas atribuídas por cada integrante da Subcomissão Técnica. As justificativas das notas estão na página seguinte de cada planilha”.

Chama a atenção que a própria SubComissão Técnica documente oficialmente sua omissão e irregularidade prática. Vamos ao que foi apresentado:

A - Planilhas gerais com o resumo das notas, ao invés de planilhas individualizadas. Fica evidente que pontuaram todas as propostas **COLETIVAMENTE**, o que fica ainda mais transparente na redação da **alínea C posterior**.

FATO GRAVE. Por Lei, quem deveria fazer a soma das notas era a Comissão Permanente de Licitação como fica **indubitável** na simples leitura da redação da **alínea c do inciso VII do artigo 11 da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29 de abril de 2010**, que segue abaixo:

VII - Realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

c) Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica.

B - As justificativas das notas foram apresentadas em planilhas únicas - **COLETIVAS**, ou seja, o que se quer dar a entender é que todos os 03 membros da Subcomissão Técnica pensam de maneira idêntica, quase em harmonia completa. O que todos do mercado publicitário sabem que é **IMPOSSÍVEL**, ainda mais se tratando de uma licitação que busca a **MELHOR TÉCNICA**.

Dessa forma, foram apresentadas às empresas Licitantes, 07 atas com justificativas **COLETIVAS**, ao invés de 07 atas de cada julgador para cada empresa Licitante, de forma **INDIVIDUAL**, como a Lei determina, e como é prática rotineira nas licitações do setor.

C - E pra que não restem dúvidas do modo JULGAMENTO COOPERATIVADO E COLETIVO, basta a simplória (e absurda) constatação que - das 21 notas emitidas pelos membros da Subcomissão Técnica para a Via Não-Identificada e para as Informações das Licitantes (Invólucro 1 e 3), TODAS, repetimos, TODAS as notas não possuem sequer uma diferença de 20 % do valor máximo do quesito ou subquesito. Algo raríssimo e incomum ou até mesmo inédito em licitações no setor desde a implantação da Lei 12.232/2010.

E pra ficar ainda mais devassado esse estranhamento, fazemos questão de constar que a própria Lei determina como se deveria trabalhar essas eventuais diferenças, de tão comuns.

VII - A subcomissão técnica prevista no parágrafo 1º do artigo 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.

Parágrafo 1º - No caso do inciso VII deste artigo, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

E mais que ofensas ao **Princípios da Racionalidade e do Julgamento Objetivo**, tal prática - no mínimo, ESTRANHA, é uma afrenta à estatística.

A probabilidade de que 03 avaliadores INDIVIDUALMENTE (como determina a Lei) julguem os 4 subquesitos do Plano de Comunicação Publicitária: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não-Mídia (Invólucro 1) + os 3 quesitos das empresas Licitantes: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Comunicação (Invólucro 3) de todas as 7 empresas Licitantes (total de 49 notas!!!) com menos de 20 % de diferença do valor máximo de cada quesito ou subquesito é de ESCLARECEDORES $4^{48} \times 10^{-96}$ - ou seja, praticamente ZERO.

Só existe duas maneiras de analisar o caso: ou julgaram COLETIVAMENTE as propostas técnicas (e descumpriram a Lei) ou estamos falando de um fenômeno estatístico e de uma coincidência que merece ser estudada por especialistas ...

Chama a atenção é que NENHUM dos 03 (três) membros da Subcomissão técnica não tenha feito constar em ata específica - como determina a Lei e o Edital, suas justificativas para tais discrepâncias de avaliação. Ou seja, se tais notas não cumpriram o determinado em Lei, são ILEGAIS e eivadas de vícios insanáveis.

Tal descumprimento da Lei não pode ser tolerado nem ignorado pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e/ou pela autoridade superior.

Isso porque - além de COLETIVAMENTE, os membros da Subcomissão Técnica julgaram de forma GERAL e AGRUPADA os 41 tópicos indicados no próprio Edital, como fica INDEFENSÁVEL em uma simples leitura sequencial:

“5.3. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

5.4. Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão: (06 tópicos)

a) Das funções e do papel do Município de Petrópolis nos contextos social, político e econômico;

b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de Petrópolis com seus públicos;

c) Das características do Município de Petrópolis e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

d) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;

e) Do desafio de comunicação expresso no Briefing;

f) Das necessidades de comunicação da PM para solucionar esse desafio.

5.5. Estratégia de Comunicação Publicitária (06 tópicos)

a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Município de Petrópolis e a seu desafio de comunicação;

b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município de Petrópolis com seus públicos;

d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing.

e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre o Município de Petrópolis, o mercado no qual se insere, seu desafio de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

5.6. Ideia Criativa (10 tópicos)

a) Sua adequação ao desafio de comunicação expresso no Briefing.

b) Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

c) Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;

d) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

e) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

f) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

g) Sua pertinência às atividades da Prefeitura do Município de Petrópolis e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;

h) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;

i) A exequibilidade das peças e ou do material;

j) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

5.7. Estratégia de Mídia e Não-Mídia (06 tópicos)

a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;

b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores;

d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura do Município de Petrópolis;

e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material;

f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

5.8. Capacidade de Atendimento (06 tópicos)

a) O porte e a tradição dos clientes atuais das licitantes e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;

c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura do Município de Petrópolis;

d) A adequação das instalações da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

e) A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura de Petrópolis e a licitante, esquematizado na proposta;

f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da prefeitura do Município de Petrópolis, sem ônus adicional durante a vigência do contrato.

5.9. Repertório (03 tópicos)

a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;

b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;

c) A clareza da exposição das informações prestadas;

5.10. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (04 tópicos)

a) A evidência de planejamento publicitário;

b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

c) A relevância dos resultados apresentados;

d) A concatenação lógica da exposição”.

Assim exposto - e para que fique ainda mais devassadas as consequências fáticas dessa “*estranha*” IRREGULARIDADE, o direito de defesa das empresas Licitantes fica totalmente prejudicado e até mesmo inviabilizado.

Como se defender se as notas e justificativas são genéricas e agrupadas? Como se defender se sequer se sabe o motivo das eventuais notas e despontuações?

Vamos a um exemplo prático, para que não restem dúvidas do tamanho da IRREGULARIDADE:

Que se pegue o quesito Capacidade de Atendimento como somente um exemplo. A pontuação máxima do quesito era de 15 pontos e as empresas Licitantes deveriam cumprir e apresentar para avaliação dos membros da Subcomissão Técnica em suas propostas técnicas os 6 tópicos abaixo:

5.8. Capacidade de Atendimento (06 tópicos)

a) O porte e a tradição dos clientes atuais das licitantes e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;

c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura do Município de Petrópolis;

d) A adequação das instalações da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

e) A operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura de Petrópolis e a licitante, esquematizado na proposta;

f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da prefeitura do Município de Petrópolis, sem ônus adicional durante a vigência do contrato.

Se nossa empresa recebeu uma nota GENÉRICA de 12,75 pontos, com justificativas GENÉRICAS que não se reportam sequer aos tópicos e exigências e orientações do Edital, como se defender? Se defender do quê? Tecnicamente como?

Toda a nossa apresentação para atendimento ao quesito foram DESRESPEITOSAMENTE avaliadas em 3 simplórias linhas de uma simplória análise - ou algo que o valha.

“Não tem experiência com governos. Não especifica a configuração das máquinas. Equipe reduzida.

Proposta rasa, sem detalhamento”.

E pior, alguns dos argumentos utilizados para criticar nossa proposta sequer fazem parte do rol de exigências do Edital. Aonde está escrito que as empresas deveriam ter atendido anteriormente a “Governos” ou órgãos públicos? Em nenhum item ou subitem ou anexo ...

Fica evidente que o Princípio da Vinculação ao Edital foi descumprido, o que é fato GRAVE, já que em licitações públicas, o Edital tem força de Lei.

Por fim, outra característica desse “*estranho julgamento*” é que ele afronta o espírito da Lei 12.232/2010 que foi criada para zelar e privilegiar o julgamento não-identificado das propostas técnicas e não ao contrário. Como podemos perceber em simples cotejamento.

Na análise não-identificada do conteúdo do Invólucro 1 (2/3 da nota da proposta técnica), foi essa a classificação:

- 1ª Colocação: Agência **DANZA** (45,5 pontos)
- 2ª Colocação: Agência **AZIMUTH** (43,33 pontos)
- 3ª Colocação: Agência **KIARA** (35,33 pontos)
- 4ª Colocação: Agência **E3** (33,75 pontos)
- 5ª Colocação: Agência **DTP** (29,42 pontos)
- 6ª Colocação: Agência **NACIONAL** (28,5 pontos)
- 7ª Colocação: Agência **DO IT** (28,17 pontos)

Já na análise das propostas IDENTIFICADAS do conteúdo do Invólucro 3 (somente 1/3 da nota da proposta técnica), tudo muda e foi essa a classificação:

- 1ª Colocação: Agência **E3** (35 pontos) (TODAS as notas máximas!!!)
- 2ª Colocação: Agência **NACIONAL** (35 pontos) (TODAS as notas máximas!!!)
- 3ª Colocação: Agência **DANZA** (22,09 pontos)
- 4ª Colocação: Agência **KIARA** (19,17 pontos)
- 5ª Colocação: Agência **DTP** (13,83 pontos)
- 6ª Colocação: Agência **DO IT** (12,75 pontos)
- 7ª Colocação: Agência **AZIMUTH** (8,08 pontos)

Somadas as notas, esse foi o resultado final apresentado às empresas Licitantes:

- 1ª Colocação: Agência **E3** (68,75 pontos) (com o julgamento identificado passou da 4ª para 1ª Colocação)
- 2ª Colocação: Agência **DANZA** (67,59 pontos) (com o julgamento identificado passou da 1ª para 2ª Colocação)
- 3ª Colocação: Agência **NACIONAL** (63,5 pontos) (com o julgamento identificado passou da 6ª para 2ª Colocação)
- 4ª Colocação: Agência **KIARA** (54,5 pontos)

5ª Colocação: Agência **AZIMUTH** (51,41 pontos)

6ª Colocação: Agência **DTP** (43,25 pontos)

7ª Colocação: Agência **DO IT** (40,92 pontos)

Ou seja - fato raríssimo, o julgamento ora em análise, foi decidido somente do quando da fase IDENTIFICADA da análise das propostas técnicas, fato que talvez se explique por causa da “ESTRANHISSIMA” ausência de um TRANSPARENTE Chamamento público para composição dos membros da Subcomissão técnica ...

Por fim, gostaríamos de iluminar - ainda no exemplo da análise feita do quesito Capacidade de Atendimento, a triste constatação de que para os membros da Subcomissão Técnica, as duas agências sediadas em Petrópolis não possuem condições técnicas de atenderem a Prefeitura onde trabalham e geram empregos. Por óbvio, quem trabalha aqui conhece o mercado local em detalhes e - ao que parece, não são relevantes para a Prefeitura da cidade. Uma triste e indevida realidade.

DO PEDIDO

CONSIDERANDO que estavam propostos no Edital os critérios de pontuação dos quesitos e subquesitos e quantidade de pontos por critério, seguindo as regras de um julgamento objetivo e não foram respeitados pelos membros da Subcomissão Técnica e ignorados pelos membros da Comissão Permanente de Licitações;

CONSIDERANDO - conseqüentemente, que os membros da Subcomissão Técnica tinham todas as condições postas para a execução correta e estrito aos **Princípios da Moralidade, Legalidade, Transparência e do Julgamento Objetivo**;

CONSIDERANDO o fato é que os membros da SubComissão não obedeceram o que está determinado no **Edital** e na **Lei Federal nº.: 12.2332 - de 29.04|2010**;

CONSIDERANDO que a Lei é clara e que as propostas deveriam ter sido julgadas INDIVIDUALMENTE e - dessa forma, cada membro da SubComissão Técnica de Julgamento deveria ter apresentado justificativas escritas contendo as razões que fundamentaram suas notas. E isso não foi feito;

CONSIDERANDO que nenhuma satisfação de tal IRREGULARIDADE foi apresentada às empresas Licitantes prejudicando a livre defesa das notas dadas e - conseqüentemente, um DESRESPEITO à Lei e a todas as empresas Licitantes que se esforçaram para apresentar suas propostas;

CONSIDERANDO que as justificativas das notas deveriam retratar as razões de cada julgador para cada empresa em cada critério, procedimento - porém, que não ocorreu;

CONSIDERANDO que IRREGULARMENTE, a SubComissão Técnica pontuou CONJUNTAMENTE, ao contrário do que a Lei determina;

CONSIDERANDO que - de maneira - no mínimo, despreocupada em cumprir a Lei e o que estava determinado no Edital, já que se pontuou as propostas técnicas das empresas Licitantes sem se referenciar aos tópicos de e exigências de julgamento constantes no próprio Edital;

CONSIDERANDO que não esqueçamos que estamos falando de uma SubComissão Técnica de profissionais que - *‘a priori’*, deveriam se preocupar em julgar tecnicamente;

CONSIDERANDO que estamos falando de uma Concorrência Pública do tipo MELHOR TÉCNICA, que deveria privilegiar a mais apurada forma técnica e legal de julgamento;

CONSIDERANDO que - nesse sentido, preceitua que a Administração deve ater-se estritamente aos critérios indicados no Edital, confrontando-os com as propostas das empresas Licitantes para então chegar-se a resultados específicos, ponderados, graduados e objetivos;

CONSIDERANDO que a aplicação do princípio visa afastar eventual subjetividade da comissão julgadora e discricionariedade não justificados na escolha das propostas, uma vez que obriga os julgadores a aterem-se a critérios previamente fixados no Edital pela Administração;

CONSIDERANDO que é consensual, que o Edital tem força de Lei em processos licitatórios.

“artigo 45 da Lei Federal nº.: 8.666 - de 21.06|1993:

“O julgamento das propostas será objetivo, devendo a Comissão de licitação ou o responsável pelo convite realizá-lo em conformidade com os tipos de licitação, os critérios previamente estabelecidos no ato convocatório e de acordo com os fatores exclusivamente nele referidos, de maneira a possibilitar sua aferição pelos licitantes e pelos órgãos de controle”.

CONSIDERANDO que a redação do **inciso VIII do artigo 6º da Lei Federal nº.: 12.232 - de 29.04|2010**, igualmente reflete a preocupação do legislador em vincular o julgamento das propostas aos critérios objetivos previamente estipulados no Edital.

“VIII - Serão fixados critérios objetivos e automáticos de identificação da proposta mais vantajosa para a administração, no caso de empate na soma de pontos das propostas técnicas, nas licitações do tipo “melhor técnica”;

CONSIDERANDO que no mesmo sentido manifestou-se o Egrégio Tribunal de Contas da União, segundo o qual *“Deve o gestor público, no exercício da sua discricionariedade, decidir pela adoção de qualquer critério que entenda mais oportuno para dosar o julgamento das propostas técnicas, desde que devidamente justificado nos autos do processo licitatório e explicitamente consignado no instrumento convocatório. Exatamente nessa linha a inteligência do artigo 6º, inciso VI, da Lei 12.232/2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela Administração Pública de serviços de publicidade”.* (Acórdão nº.: 363 | 2014 - Plenário, Relator Ministro Augusto Sherman Cavalcanti).

CONSIDERANDO que é Sintomático dizer, à luz do que demonstramos acima, a forma que foi processada o julgamento contrariou os colecionados normativos, e que a emissão de notas de julgamento sem as relacionarem - DIRETAMENTE, à justificativas INDIVIDUAIS dos critérios de cada quesito ou subquesito, conspurca este julgamento;

CONSIDERANDO que as propostas de TODAS as empresas Licitantes já estão identificadas, inexistindo forma de se julgar novamente de maneira Não-Identificada as propostas técnicas para se tentar corrigir as MUITAS IRREGULARIDADES apresentadas.

CONSIDERANDO que diante da realidade apresentada esse conjunto de IRREGULARIDADES e ILEGALIDADES no julgamento das propostas técnicas precisa ser SANEADO para segurança do certame licitatório ora impugnado.

CONSIDERANDO - por fim, que por todo o exposto e considerando que as IRREGULARIDADES no julgamento geraram VÍCIOS INSANÁVEIS, cujo único remédio é a anulação do certame.



MOCAPE CRIAÇÃO E PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA LTDA. requer que suas alegações de RECURSO sejam aceitas e que o referido **Edital Concorrência Pública nº.: 006 | 2023**, sejam ANULADO, com a consequente REMARCAÇÃO e PUBLICAÇÃO da data de apresentação das propostas técnicas e comerciais, nos termos do **parágrafo 4º do artigo 21 da Lei Federal nº.: 8.666 - de 29.06|1993.**

Petrópolis, 21 de junho de 2023

Documento assinado digitalmente
gov.br CAROLINA KREISCHER COSTA E SILVA CRL
Data: 21/06/2023 16:03:14 -0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

CAROLINA KREISCHER COSTA E SILVA
MOCAPE CRIAÇÃO E PRODUÇÃO PUBLICITÁRIA LTDA.
DO IT Comunicação