



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO

**PAUTA: ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTO PELO CONSÓRCIO
LF/RECICLO PARA O LOTE 05**

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.

Considera-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 4 - REQUERENTE: CONSÓRCIO LF RECICLO – LOTE 05:

A Subcomissão Técnica de Licitação dedicou-se a analisar detalhadamente cada ponto apresentado pela requerente AB Positivo Comunicação e Marketing Ltda – Consórcio LF Reciclo - 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.



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
PAUTA: ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTO PELO CONSÓRCIO
LF/RECICLO PARA O LOTE 05

É importante salientar que hoje a recorrente atende o lote que é composto pela Secretaria de Segurança, lote esse que apresenta grande demanda e recursos publicitários.

Diante dos fatos apresentados fica evidente que o interesse do recurso é atrasar a licitação e manter o contrato vigente.

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 dúvidas interpostas pela Requerente ao Presidente da Comissão Permanente de Licitação, nos pontos estritos que lhe cabem.

a) Da desclassificação da Licitante Dezoito Comunicação do lote nº 05 por ter utilizado nos envelopes 1 e 3 CD's/DVD's idênticos com mesma forma de aplicação da etiqueta, mesmo nome de fabricante e, conseqüentemente, mesmo número de fabricação.

Em relação à ora recorrida, o CONSÓRCIO LF RECICLO alega que “a recorrida Dezoito Comunicação utilizou CDs/DVs idênticos no invólucro de nº 1 (...), quanto no invólucro de nº 3 (...) fato este que possibilitou a identificação do seu invólucro apócrifo”. Mais à frente, a recorrente pleiteia a desclassificação em decorrência de “meramente a ‘possibilidade’ de identificação”.

A argumentação parte da premissa de que a requerida, teria, voluntariamente, emitido para a Comissão de Licitação um sinal através de CDs/ DVDs totalmente comuns e que a Subcomissão teria aberto todos os envelopes e tentado criar uma conexão entre as marcas de CDs/ DVDs e as 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 CDs/ DVDs apresentados pela licitante. A utilização de CDs/ DVDs totalmente comuns, com fundo branco, letra preta, sem qualquer menção ao concorrente não caracteriza qualquer irregularidade.

Os CDs/ DVDs 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 poderia comprar uma caixa de CDs/ DVDs daquele fabricante, que certamente teria o mesmo CNPJ. É possível, inclusive, que esse mesmo CNPJ seja



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
PAUTA: ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTO PELO CONSÓRCIO
LF/RECICLO PARA O LOTE 05

encontrado em mídias que tenham sido utilizadas por outros licitantes e que tenham, eventualmente, usado CDs/ DVDs 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 CD's e DVD's 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 a lisura do processo e a integridade dos membros pertencentes à Subcomissão Técnica de Licitação.

Posto isso, conclui-se que a Licitante Dezoito Comunicação não será penalizada por desclassificação, visto que não foi possível identifica-la nas propostas apresentadas tanto no envelope nº1 quanto no envelope nº 3.


Por fim, um ponto que ficou muito nítido para essa Subcomissão, foi que tanto a Requerente LF Reciclo, quanto a Requerente AZ3, responsável por entrar com recurso contra as agências dos lotes 1, 2 e 3, ao defenderem seus recursos não apenas utilizaram a mesma argumentação, como o mesmo texto, evidenciando que as requerentes provavelmente combinaram a alegação com a motivação de protelar o resultado da licitação em questão, com o intuito de "forçar" o Governo do Estado a prorrogar os seus contratos vigentes.

Abaixo os recursos das licitantes AZ3 e LF Reciclo e o texto apresentado na peça recursal de cada uma:

TRECHO DO RECURSO APRESENTADO PELA EMPRESA AZ3



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
PAUTA: ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTO PELO CONSÓRCIO
LF/RECICLO PARA O LOTE 05



DA DESCLASSIFICAÇÃO
Licitante Dezoito Comunicação

A licitante Dezoito Comunicação, deverá ser desclassificada, uma vez que descumpriu as regras uniformemente colocadas no Edital para todos os participantes.


1 - Identificação da Proposta Técnica, frente à utilização de idênticos CDs / DVDs, com mesma aparência, mesma forma de aplicação da etiqueta e pior, mesmo nome de fabricante e mesmo número de fabricação.

As provas são idôneas e absolutas, uma vez que a recorrida Dezoito Comunicação utilizou CDs/DVs idênticos no invólucro de nº 1, quanto no invólucro de nº 3, fato este que possibilitou a identificação do seu invólucro apócrifo.

TRECHO DO RECURSO APRESENTADO PELO CONSÓRCIO LF RECICLO

1 - Identificação da Proposta Técnica, frente à utilização de idênticos CDs / DVDs, com mesma aparência, mesma forma de aplicação da etiqueta e pior, mesmo nome de fabricante e mesmo número de fabricação.

As provas são absolutas e incontestáveis, uma vez que a recorrida Dezoito Comunicação utilizou CDs/DVs idênticos no invólucro de nº 1 (página 13), quanto no invólucro de nº 3 (páginas 5 e 9 dos Cases e página 6 do portfólio, fato este que possibilitou a identificação do seu invólucro apócrifo, como se vê da reprodução abaixo:



Rua Grão Mogolo, 1.255 – Belo Horizonte – MG
(31) 2535-0840

Esta Subcomissão de licitação, no mínimo, achou estranha essa fatídica coincidência entre as peças recursais apresentadas pelas duas empresas requerentes.

De qualquer modo, não há qualquer evidencia de violação aos itens 4.9 e 9.9 do edital, conforme cita a requerente LF Reciclo, posto isso, não há que se falar em desclassificação da agência Dezoito Comunicação.



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
PAUTA: ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTO PELO CONSÓRCIO
LF/RECICLO PARA O LOTE 05

b) Da desclassificação da Licitante Dezoito Comunicação do lote nº 05 por ter inserido na página 18 uma peça publicitária descrita na Ideia Criativa.

A alegação é, com o devido respeito, delirante. Para a eventual procedência da alegação seria necessário supor eventual conluio entre a Subcomissão e a agência recorrida, que deixaria uma marca em proposta. A alegação não faz qualquer sentido do ponto de vista lógico jurídico e deve ser rechaçada.

Segundo a recorrente “casualidade ou não, a imagem colorida utilizada pela Dezoito Comunicação no texto de sua ideia Criativa, e, aqui atribuída o condão de uma “peça”, encontra-se aplicada, pasmem, na página “18” do Plano de Comunicação Publicitária, fato que remete à possibilidade de identificação da Recorrida” e pede “desclassificação por tentativa de fraude”.

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

A paginação não tem qualquer relação com a razão social da empresa. A plotagem mencionada não é criação da agência requerida – Dezoito Comunicação -, não é vedada pelas regras do ato convocatório e foi realizada no contexto lógico do Plano de Comunicação Publicitária.

Portanto, referido pleito é totalmente insubsistente.

c) Da desclassificação da Licitante Dezoito Comunicação do lote nº 05 por ter inserido “Imagem Colorida - Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada - Invólucro 1 - Descumprimento voluntário de regra isonômica I Ampliação deliberada e indevida de vantagem, tendente a incrementar a possibilidade de análise benéfica por parte da Subcomissão Técnica”.

Neste item a requerente alega que a Dezoito Comunicação teria incluído no texto de “DEFESA” da Ideia Criativa uma imagem colorida e que isto seria “ilegal”.

No texto em questão, conforme os ditames do edital, as licitantes deveriam defender os partidos temáticos, e conceitos utilizados na construção de uma estratégia criativa consistente. Por óbvio, os julgadores desta Subcomissão compreenderam o uso deste elemento ilustrativo de forma devida: uma demonstração retórica da afirmação que estava sendo defendida pela licitante.

O edital não menciona restrições ao uso de imagens nos textos do Raciocínio Básico. A imagem em questão foi utilizada como parte complementar do texto a fim de que o licitante pudesse “exemplificar” a sua defesa.



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
PAUTA: ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTO PELO CONSÓRCIO
LF/RECICLO PARA O LOTE 05

Além disso, a inclusão de uma imagem no meio do texto do Raciocínio Básico, dificultou o papel da requerida, que por esse motivo, teve seu espaço para a dissertação da defesa limitado.

Portanto, não há qualquer vantagem por parte da agência Dezoito a inclusão de uma imagem colorida no texto do Raciocínio Básico, como também não causou nenhum prejuízo para as demais licitantes, visto que várias delas se utilizaram de recursos parecidos como recortes de matéria de jornal, gráficos e planilhas para atestar a veracidade da argumentação apresentada.

Outro ponto que há de se esclarecer é que a imagem inserida no texto não tinha qualquer relação com as peças criativas da campanha, até porque a imagem se tratava de um selo contendo um emoji que, de forma inédita, havia sido considerado como a palavra do ano pelo Dicionário Oxford. Isso para demonstrar a força da linguagem na comunicação contemporânea, visto que a linha criativa a ser apresentada pela requerida seria toda baseada em emojis.

Posto isso, não há que se falar em desclassificação da requerida por entendermos que não houve violação dos itens expostos no edital conforme atesta a recorrente.

d) Da desclassificação da Licitante Dezoito Comunicação do lote nº 05 por causa da “Forma de Apresentação do Caderno - Peças- Via Não Identificada - Invólucro 1 - Descumprimento de regra isonômica - Falta de capa”.

Não há qualquer menção de que as “peças” deveriam possuir capa e contracapa, e mesmo que a licitante tivesse infringido alguma orientação nesse sentido, o que não confere de acordo com análise da sua proposta, tal fato não garante qualquer vantagem, tampouco identifica o licitante, não há que se falar em desclassificação, por se tratar de simples formatação, insuficiente para gerar nulidade, sendo certo que o objetivo da licitação é obter a proposta mais vantajosa para a Administração Pública.

Nesse sentido, conforme já citado, “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, 2024, ed. RT dos Tribunais).

e) Da desclassificação da Licitante Dezoito Comunicação do lote nº 05 por deixar de aplicar a numeração das páginas pelo editor de texto.



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
PAUTA: ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTO PELO CONSÓRCIO
LF/RECICLO PARA O LOTE 05

Neste item a recorrente alega que a licitante Dezoito Comunicação infringiu as regras do edital por ter lançado, a partir da folha 30 do Plano de Comunicação, a numeração das páginas de forma manual e não pelo editor de textos.

No entanto, ao voltar no referido texto do Plano de Comunicação da requerida, não foi possível identificar qualquer diferença na numeração das páginas. Por isso, não conseguimos entender os argumentos da requerente e muito menos identificar infração, por parte da agência Dezoito, capaz de justificar a nulidade da proposta técnica apresentada.

Por isso, como não houve a infração referida pela requerente, não há que se avaliar desclassificação ou redução de pontos por algo que não aconteceu.

f) Da revisão das notas atribuídas para a Licitante Dezoito Comunicação do lote nº 05 por parte dessa Subcomissão Técnica de Licitação.

Neste item a recorrente pretende a reavaliação da nota técnica da Dezoito, tal como exposto nos títulos “DA EQUIVOCADA AVALIAÇÃO DA PONTUAÇÃO E A NECESSIDADE DE SUA CONSEQUENTE REAVALIAÇÃO” e “PROPOSTA DA LICITANTE DEZOITO COMUNICAÇÃO”.

Aqui, a fundamentação é puramente genérica, superficial. A recorrente apenas não concorda com as notas concedidas, alegando que o conceito da campanha apresentado pela Dezoito Comunicação seria contraditório se comparadas as defesas apresentadas nos seus textos de Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação.

Veja-se o que dizem os textos apresentados pela Dezoito Comunicação, que provam sua evidente relação de coerência conceitual. No item (d) do texto de Raciocínio Básico, a licitante Dezoito Comunicação afirma textualmente que:

“...o desafio proposto pelo briefing”...(divulgar a CBLOC) ...”assemelha-se muito mais às táticas e técnicas de comunicação de produtos. Afinal, a CBLOC é sim um produto institucional da Sejus, destinado a facilitar a vida dos cidadãos que têm celulares roubados. A ação de comunicação destina-se, prioritariamente, a apresentar a ferramenta aos mineiros, ensinar como utilizá-la, informar os meios de acessá-la, criando novos hábitos na comunicação de furtos e roubos às autoridades”.

Ou seja, nesse trecho, a Dezoito afirma que a comunicação ideal para divulgar a CBLOC – entendida como um produto INSTITUCIONAL – assemelha-se (e não é idêntica) às táticas de comunicação de produto. O trecho também destaca a afirmação de que a AÇÃO DE COMUNICAÇÃO (ou seja, o conjunto de peças e



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
PAUTA: ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTO PELO CONSÓRCIO
LF/RECICLO PARA O LOTE 05

de táticas de campanha; e não apenas o conceito) destina-se prioritariamente (e não exclusivamente) a apresentar a ferramenta CLOC aos mineiros. O que apresenta total relação com o desafio de comunicação proposto no briefing.

Mais adiante, ainda no texto apresentado no item (d) do Raciocínio Básico, a licitante afirma:

“No que se refere à construção das mensagens, optamos por trabalhar com mensagens rápidas, simples e didáticas, capazes de realmente destacar as vantagens no uso da ferramenta e como acessá-la corretamente – inclusive no que se refere à urgência no bloqueio dos aparelhos. Mas, como estamos falando de um produto criado por um Governo, usamos o conceito central da campanha para mostrar os valores e princípios que estão na origem da criação de um produto como a CBLOC. ”

Portanto o que se vê na defesa da agência Dezoito é uma estratégia que consegue passar duas mensagens importantes para a população: A primeira, mais mercadológica, capaz de cumprir o objetivo do briefing que é fazer a Central conhecida em todo o Estado e a segunda, não menos importante, com um cunho mais institucional, capaz de reafirmar os valores e princípios da atual gestão, na busca pela integração e investimento em inteligência para que o serviço das forças da segurança seja cada vez mais regido pela estratégia e prevenção.

Outra premissa estratégica muito bem avaliada foi a utilização de uma linguagem leve, didática e acessível a pessoas de todas as classes e níveis de escolaridade, reforçando a ideia de que a CBLOC é uma ferramenta fácil de usar. Por isso, a linha criativa é, propositalmente, muito mais visual do que textual. A principal referência utilizada, tanto na Criação, quanto na Mídia, é a comunicação de produtos. Em especial, as técnicas do marketing digital.

Fica claro nesse trecho que a leveza da linguagem, muito mais visual do que textual, se explica pela utilização da comunicação de produtos como REFERÊNCIA, o que de fato se vê em uma campanha que usa Emojis como partido criativo. Ou seja, mais uma vez se comprova a coerência conceitual entre o que preconiza a estratégia e o que se executa na ideia criativa.

Ou seja, o que se afirma, é que para ganhar a atenção dos mineiros para a ferramenta CBLOC é necessário usar elementos/argumentos que impactem o cidadão em sua vida cotidiana e optar por linguagens objetivas e aderentes aos meios de veiculação. Por isso, como o texto defende, a palavra CRIME foi incluída no conceito, de forma a remeter a ferramenta CBLOC ao dia a dia de todos os mineiros – já que a criminalidade é uma das maiores preocupações desses cidadãos.



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
PAUTA: ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTO PELO CONSÓRCIO
LF/RECICLO PARA O LOTE 05

Já no texto de defesa da Ideia Criativa, essa mesma lógica se repete, mostrando uma coerência em relação ao que já havia sido afirmado no Raciocínio Básico e na Estratégia: “Merece menção, ainda, nossa escolha por uma linha criativa bastante leve, que utiliza poucos textos e aposta no poder de comunicação dos emojis. Essa escolha foi proposital, porque torna os conteúdos mais aderentes aos meios digitais e facilita a sua assimilação por diferentes tipos de pessoas – incluindo pessoas de baixo nível de escolaridade ou pessoas mais velhas, por exemplo. Além disso, como estamos fazendo o lançamento de um produto, essa linguagem mais leve e bem-humorada favorece o compartilhamento, especialmente por um público de perfil mais jovem”.

Face ao exposto, essa Subcomissão de Licitação não vê qualquer incoerência entre os textos de Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação e Ideia Criativa, cujos parâmetros conceituais estão evidentes no rol de peças de campanha apresentado pela Dezoito Comunicação em resposta ao que se pedia no briefing.

Por esta razão, não há que se falar em modificação das notas conferidas, com todo o critério técnico e justo, à Dezoito Comunicação.

Com relação aos questionamentos técnicos da mídia melhor sorte não assiste a recorrente.

A Subcomissão avaliou de forma bastante criteriosa a proposta realizada pela agência Dezoito, restando claro as razões para a atribuição da nota, em especial, a criatividade, o raciocínio estratégico e tático satisfatórios. Vale dizer que ficou claro o conhecimento da agência quanto aos hábitos de consumos dos diversos públicos, o que qualifica a proposta.

Portanto, as notas atribuídas a agência Dezoito foram compatíveis a proposta apresentada, não havendo qualquer fundamento apto a modificar tal decisão.

g) Da revisão das notas atribuídas para a requerente LF Reciclo no envelope 03 – Capacidade de Atendimento- no item “cases”.

Por fim, não apresentou a recorrente qualquer fundamento para a modificação de sua avaliação. Os cases foram detidamente analisados e não há razão para majoração de suas notas.

Quanto ao case 1, “Ciências Médicas – Movimento Alegria Feluma” expõe encadeamento lógico razoável, com evidência razoável de planejamento publicitário, mas não apresenta claramente quais foram as estratégias de criação e mídia publicitárias adotadas na campanha. Apresentaram apenas peças referentes à ação “Movimento Alegria” sem demonstrar quais foram as peças publicitárias para comunicar a abertura



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
PAUTA: ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTO PELO CONSÓRCIO
LF/RECICLO PARA O LOTE 05

das inscrições para o vestibular da Faculdade Ciências Médicas e as peças de divulgação dos 60 anos da Fundação Lucas Machado – Feluma.

Apesar de citar que a campanha foi divulgada nos meios internet, rádio e busdoor, informando o período das inscrições para o vestibular e o desconto de cinquenta por cento durante os dias da ação Movimento Alegria, não foi possível identificar essa peça no material apresentado. Além disso, essa comissão julgadora, entendeu que a solução apresentada não atendeu ao desafio de comunicação proposto pelo cliente.

No entanto, mesmo com tantas ressalvas apontadas por essa Subcomissão Técnica o requerente obteve nota 8,0 em 10,0, sendo avaliado de forma proporcional as balizas descritas no edital.

Logo, não há o que se reavaliar, sendo que os pontos subtraídos para cada inconsistência apresentada na defesa do case foram ínfimos.

MEMBROS INTERNOS:

Andreza Gischewski Costa

Marcelle Melasso

Marta Emília Pinto Botelho

Ronaldo Moraes de Paiva Junior

MEMBROS EXTERNOS:

Leandro Figueiredo Magalhães

Luciano Resende



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

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2019
SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO
PAUTA: ANÁLISE DE RECURSOS ADMINISTRATIVOS INTERPOSTO PELO CONSÓRCIO
LF/RECICLO PARA O LOTE 05