

Ademais, cumpre anotar que a decisão proferida pelos avaliadores que compõe a Comissão não está fundamentada de forma consistente e que, ao contrário, demonstra um ponto de vista subjetivo acerca da proposta apresentada pela DESAFIO, em total desapego aos mais elementares dos princípios do direito administrativo, segundo os qual as decisões devem ser sempre objetivas e fundamentadas em lei, não havendo espaço para discricionariedade.

Portanto, requer seja reavaliada a nota atribuída a empresa nesse item e, ainda, que a justificativa à nota seja feita de forma fundamentada e objetiva, a fim de permitir que a DESAFIO possa, de fato, compreender o teor da decisão e, conseqüentemente, acatá-lo ou desafiá-la de forma adequada.

Ao afirmar que o conteúdo apresentado pela DESAFIO neste item "não apresenta novidades", a Comissão impõe à empresa demonstrar a compreensão do briefing de forma "criativa", o que certamente não atende à melhor técnica quando o que se pretende é inferir a compreensão que a mesma teve do briefing constante do Edital.

No mesmo passo, dizer que o raciocínio desenvolvido é "muito vago" é algo nada esclarecedor, não é argumento que se possa acolher ou aceitar como fundamento válido para desqualificar o conteúdo a apresentado pela DESAFIO.

1.2. Quesito Estratégia de Comunicação

Nos termos da decisão ora questionada, tem-se que a estratégia de comunicação apresentada pela DESAFIO foi tida como **"confusa e equivocada"** e que **"Resume-se a um conjunto de ações inexecutáveis"**.

Mais uma vez se faz necessário evocar a subjetividade dessas avaliações e o desencontro desses fundamentos com os princípios norteadores do direito administrativo.

É necessário que se informe à empresa participante as razões que levaram os avaliadores a tal conclusão, até mesmo porque, e principalmente porque, as estratégias sugeridas são bastante simples e comumente empregadas atualmente: veiculação de peças publicitárias por meio de outdoors, spots de rádio, anúncios para TV e internet!

Da mesma forma, é de se estagnar a afirmação de que a estratégia é "confusa e equivocada", já que adotou como mote a "conectividade", tendo sido esse mote explícito na linguagem visual empregada, formada por ícones que remetem à internet.

Necessário, então, que a Comissão justifique de forma mais adequada e objetiva a razão de

seus entendimentos já que, ao contrário do que consta na decisão ora impugnada, a proposta apresentada pela DESAFIO é bastante clara e exequível.

1.3. Quesito Ideia Criativa

As notas atribuídas à DESAFIO neste quesito decorrem da avaliação da Comissão de que a proposta apresentada possui, ou pode atingir, somente um público alvo.

Ocorre, entretanto, que isso não corresponde aos fatos. A proposta da DESAFIO é extremamente eficiente e capaz de ser assimilada por toda e qualquer pessoa, ou seja, é universal, atingindo, portanto, de forma certa toda a população de Belo Horizonte.

Assim, ao contrário da justificativa apresentada para as notas atribuídas, a proposta da DESAFIO atinge toda a comunidade com quem a CMBH quer se comunicar e, portanto, não se pode acatar a percepção de que ela é "direcionada somente para um público".

Cumprir dizer, também neste item, que a avaliação não conta com fundamentação válida ou minimamente compreensível, já que não há qualquer indício das razões do entendimento de que somente um público será atingido pela comunicação proposta.

Ainda com relação ao quesito "Ideia Criativa", consta do resultado ora impugnado que **"não há conceito nem mote principal de criação. Não apresenta as peças listadas no item anterior"**.

Ora, ao contrário do que se diz, o conceito é explicitamente visível na linguagem gráfica das peças, que conversam entre si através de ícones, formas, tipografia e logotipos.

Com relação à suposta não apresentação de "peças listadas no item anterior", a DESAFIO entende que atendeu com correção o disposto no item II.1 do Edital, onde ficou claramente estabelecido que deveriam ser apresentadas 10 peças publicitárias, sem especificar quais seriam.

Portanto, se a Comissão entende que tais instruções não foram seguidas, deve ser explícita em apontar as razões desse entendimento, do contrário, se está diante de uma decisão que não atende aos princípios do direito administrativo.

1.4. Quesito Estratégia de mídia e não mídia

CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE
C.P.L. 11 10/Nov/2014 15:54 000002 V10

A avaliação da empresa foi prejudicada com base no argumento de que a DESAFIO apresentou experiência maior no mercado varejista. Ocorre, entretanto, que dentre os requisitos do Edital não consta que o segmento de atuação da empresa licitante seja relevante para a avaliação de seu trabalho.

Conforme Edital, a avaliação ser faria com base na capacidade técnica e artística revelada pela licitante, com base nas peças publicitárias elaborada em favor de seus clientes.

Assim, não se pode aceitar que as notas atribuídas à DESAFIO sejam diminuídas em função de ter a empresa apresentado peças e cases desenvolvidos pela empresa quando do atendimento de seus clientes do setor privado!

Não há amparo legal para que a fundamentação apresentada na decisão ora atacada prevaleça!

Com relação ao argumento de que a DESAFIO teria deixado de demonstrar que tem experiência em "comunicação integrada", há que se refutar de forma veemente esse entendimento!

A DESAFIO está no mercado publicitário há 26 anos. Ao longo desse período atendeu e segue atendendo clientes dos mais variados segmentos como varejo, agronegócios, indústria química e farmacêutica, b2b e etc. A utilização de peças predominante impressas e promocionais teve como objetivo a melhor aplicação no material a ser apresentado, respeitando as regras que foram impostas no Edital para o Portfólio.

Nada era explícito no Edital sobre a necessidade de peças digitais e eletrônicas, tampouco formas de apresentá-la.

A licitante entende, então, que está sendo injustamente prejudicada na avaliação que lhe foi feita neste quesito, na medida em que critérios estranhos ao Edital são utilizados como preponderantes para avaliar se a empresa tem ou não capacidade para tender a CMBH, o que não se pode admitir!

1.7. Quesito Relato de soluções de problemas de comunicação, Cases

Mais uma vez as notas atribuídas à DESAFIO não são altas sob o argumento de que a empresa não teria atendido a um determinado critério inexistente no Edital. Aqui o fato decorre de uma suposta incapacidade de a licitante trabalhar com as mídias eletrônicas!

Ora, esse requisito não consta do Edital e, portanto, não pode ser considerado para avaliar a empresa concorrente!

Ademais, cumpre dizer que a DESAFIO selecionou para apresentar à CMBH os trabalhos que melhor podem ser apresentados por meio de documentos escritos, a fim de facilitar a sua respectiva visualização e avaliação pela Comissão. Portanto, a utilização de peças predominante impressas e promocionais, teve como objetivo a melhor aplicação no material a ser apresentado, respeitando todas as regras que foram impostas no Edital.

Não havia qualquer exigência para que as concorrentes apresentassem peças digitais e/ou eletrônicas, tampouco havia exigências ou, ao menos, recomendações, quanto aos tipos de peças ou à forma de apresentá-las. Assim, não parece razoável ou juridicamente válido que tais argumentos sejam utilizados como justificativas para as baixas notas atribuídas à DESAFIO nesse quesito.

2. Considerações finais

Conforme se depreende da leitura deste arrazoado, procurou-se de forma simples e objetiva apontar a falta de sintonia entre aquilo que foi determinado pelo Edital, quanto ao conteúdo a ser apresentado pelas empresas concorrentes à CMBH, e aquilo que os avaliadores levaram em consideração para a atribuição das notas à DESAFIO.

Depreende-se da leitura do Edital que a CMBH irá avaliar a capacidade técnica da empresa por meio de um case a ser desenvolvido e, também, pela avaliação das experiências das empresas no mercado de comunicação e a estrutura das concorrentes para atender à demanda da CMBH.

Ocorre, entretanto, que ficou extremamente evidenciado que as avaliações dos profissionais que compõe a Comissão fugiram daquilo que consta do Edital e, portanto, padecem de vícios jurídicos que se não forem contornados imediatamente, poderão viciar todo o processo.

É sabido que os atos e decisões administrativas devem ser fundadas em lei e, no caso das Concorrências Públicas, o conteúdo do Edital é a peça que dá a diretriz para a elaboração do conteúdo que as empresas concorrentes encaminharão aos órgãos públicos para avaliação de suas respectivas competências. Também é a partir do Edital que as avaliações das empresas concorrentes deverão ser feitas.

Sem que se cumpra esse elementar princípio, o da legalidade, não há como se assegurar que as empresas serão avaliadas de forma linear, ou seja, de acordo com um mesmo critério e a

partir das mesmas regras.

Outro importante princípio a guiar as decisões administrativas, é o da impessoalidade, segundo o qual o administrador não pode decidir senão com base em critérios objetivos, lhe sendo vedado fazer distinções a partir de critérios pessoais, que levem em conta qualquer outra razão ou argumento senão a lei e a finalidade pública.

Assim, ao avaliar se a concorrente atendeu ou não um determinado requisito do Edital e se o fez de forma boa ou ruim, necessário se faz que o agente público o faça com base em critérios claros, que são os prescritos em lei. No caso do presente processo de concorrência, agir assim equivale a fazer avaliações que se submetam estritamente ao que está disposto no Edital, não há lugar para inferências, suposições, ou recomendações.

Portanto, em obediência aos elementares princípios aqui invocados, necessário se faz a reavaliação da decisão ora impugnada, a fim de que a mesma seja integralmente revista, levando-se em consideração todas as ponderações que constam do presente recurso, sem o que se fará prevalecer decisão frágil e que não encontra amparo legal para prevalecer.

3. Do pedido

À luz de tudo o que aqui foi exposto, requer a revisão integral das notas atribuídas à DESAFIO, ora impugnadas, a fim de que o conteúdo apresentado pela empresa quando de sua participação nesta Concorrência seja avaliado a partir de critérios técnicos claros e objetivos, seguindo-se na íntegra e sem exceção ou qualquer margem de subjetividade, os limites do Edital.

Termos em que,
Pede deferimento.

Belo Horizonte, 18 de novembro de 2014



DESAFIO ASSESSORIA PUBLICITÁRIA LTDA.
CNPJ/MF nº 56.344.245/0001-90