



**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.

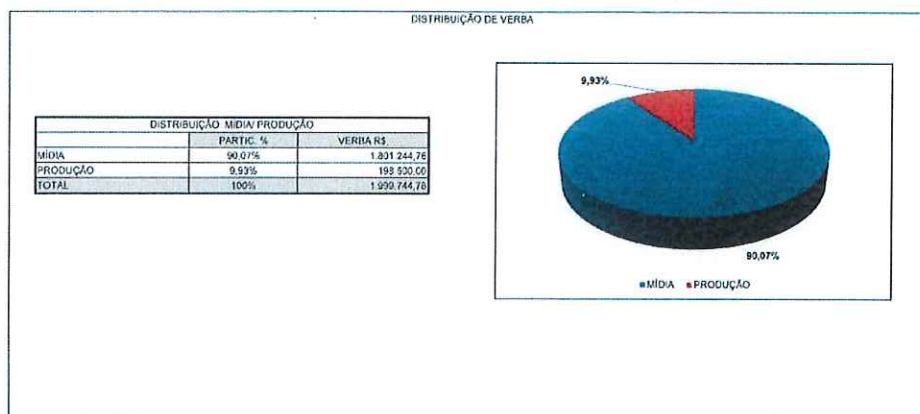
## II – RAZÕES DE REFORMA DA DECISÃO RECORRIDA

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.

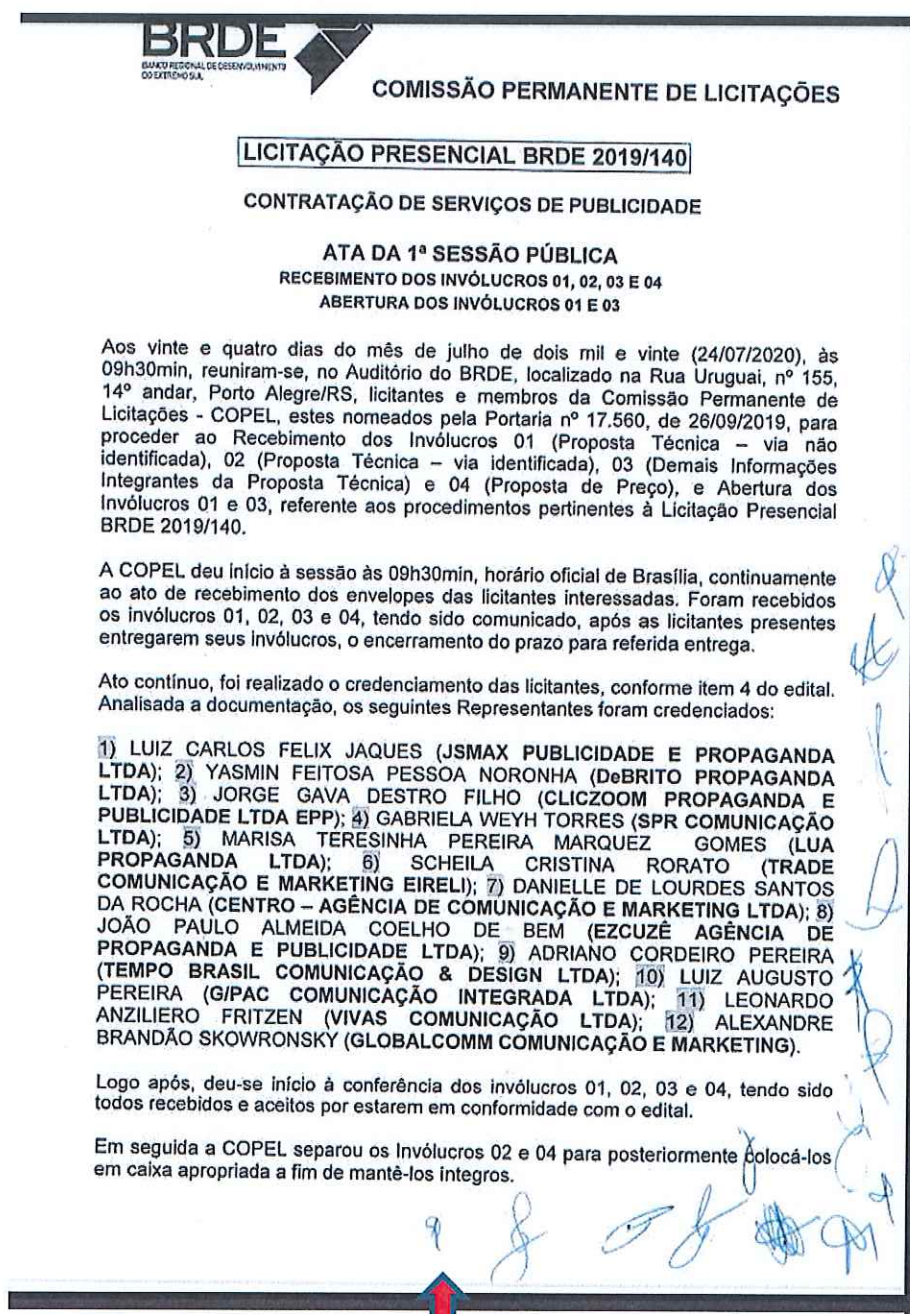
5. Com relação à primeira razão, a alegada paginação à caneta, verifica-se das imagens disponibilizadas e acessíveis via link dos conteúdos dos envelopes, que a paginação à caneta referida foi feita à mão e ao que tudo indica quem a fez lançou um visto. O visto em questão pode ser visto na imagem abaixo:

**Figura 01**



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 levantada 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 foido 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  |           |             |   |
| 69.19  | 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          |   |
| <b>Nota Final</b>  |  |   | <b>68</b> | <b>65,5</b> |   |

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