

EXCELENTÍSSIMO SENHOR SECRETÁRIO DE ADMINISTRAÇÃO DO MUNICÍPIO DE NATAL/RN, ATRAVÉS DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO, NA PESSOA DO SEU PRESIDENTE LUCIANO SILVA DO NASCIMENTO;

Ref. Concorrência Pública 24.001/2019

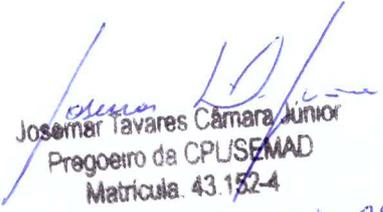
Processo 002636/2019-16

Recorrente: CRIOLA PROPAGANDA LTDA.

CRIOLA PROPAGANDA LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ nº 04.152.108/0001-5-, já devidamente qualificada nos autos do processo em referência vem apresentar

CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO

Apresentado pelas empresas licitantes **ARMAÇÃO PROPAGANDA, FAZ PROPAGANDA e MARCA PROPAGANDA**, o que faz baseado nos seguintes fatos:


Josemar Tavares Câmara Junior
Pregoeiro da CPLSEMAD
Matricula. 43.152-4
RECEBIDO EM 24-04-19
AS 15:37

Para tornar a presente peça de defesa mais didática, passamos a responder de maneira objetiva os questionamentos apresentados por cada empresa com relação à proposta Técnica da peticionante:

No recurso apresentado pela agência Armação, no que se refere à defendente, a agência requer revisão da sua nota de Capacidade de Atendimento, citando a Criola Propaganda por ter tido uma melhor avaliação em sua nota e uma crítica que considera menos favorável.

Sobre esse ponto, a própria Defendente apresentou recurso administrativo destacando a incoerência da sua avaliação e por isso requereu aumento de nota.

Para justificar a majoração da nota, citamos inclusive como parâmetro a agência RAF, que com 18 profissionais teve nota superior a Criola com 25 profissionais em sua equipe. O comparativo com a agência Armação apenas reafirma ainda mais nosso entendimento de que a avaliação sobre a Criola não reflete a realidade e por isso, pedimos aumento de nota nesse quesito.

Por oportuno, reitera-se que a Criola possui 25 profissionais em sua equipe, enquanto a Armação possui 15. Além disso, a Criola Possui maior aparato tecnológico, maior número de ferramentas de sistema e de pesquisa à disposição e inquestionável experiência e capacidade técnica, reconhecida não somente no mercado local, mas em todo Norte/Nordeste. Além disso, conta em sua carteira de clientes com alguns dos principais anunciantes públicos e privados do Estado.

Por todos esses argumentos, é evidente que a pontuação superior da Criola com relação à Recorrente da Armação nesse quesito é baseada e comprovada em dados objetivos, expostos nos cadernos das licitantes.

Ainda assim, consideramos, como demonstrado em nosso recurso, que a Criola apresenta capacidade técnica claramente superior à nota recebida, principalmente quando comparada com algumas agências que obtiveram notas superiores.

Quanto ao recurso apresentado pela agência Faz Propaganda, a agência, equivocadamente, cita a Criola e outras licitantes por entender desrespeito ao item 9.4. A argumentação da Recorrente incorre em dois erros claros: Primeiro, não há uma só linha do item 9.4 tratando e proibindo aplicação das peças sobre telas de portais, smartphones, e outras plataformas. Portanto, a aplicação é não somente permitida como necessária para que a Subcomissão saiba em que contexto cada peça está inserida.

Ademais a Recorrente usa como referência uma consulta sobre a possibilidade de aplicar as peças backbus e outdoor "em imagens de ônibus ou de painel de outdoor", em que a Comissão respondeu serem permitidas as aplicações, in verbis:

RESPOSTA: Embora não seja necessário, é possível a apresentação de backbus e outdoor com seus respectivos elementos externos identificadores, ou seja imagem de ônibus e painel de outdoor.

A Recorrente demonstra, com a devida vênia, entendimento equivocado ao argumentar de que "essa liberalidade não é permitida pela lei nem pelo Edital, logo, com exceção daquelas peças onde a Comissão expressamente se pronunciou sobre a possibilidade de aplicação, todas as outras estão vedadas.

Ora, não há lei alguma que discorra sobre isso, tampouco como exposto no Edital, o item 9.4 não especifica essa aplicação. A consulta é clara detendo-se a aplicação de outdoor e backbus, no entanto a Recorrente deduz, ao usar de seu

próprio discernimento, que toda e qualquer outra aplicação está vedada. Como, se não há consulta sobre outras aplicações? A resposta da Comissão é ainda mais clara, restringindo-se tão somente ao que foi consultada, e em trecho nenhum cita ou veda outras aplicações. Portanto a acusação de erro não encontra o menor amparo legal. As leituras do Edital no item 9.4 e da Consulta e Resposta não deixam dúvidas.

Por fim, com relação ao Recurso apresentado pela Marca Propaganda, temos a afirmar que o Raciocínio Básico apresentado pela Criola Propaganda na presente licitação – assim como todos os outros capítulos do seu Plano de Comunicação – foi elaborado dentro de conceitos e métodos eminentemente técnicos, com dados que se baseiam em pesquisas amplamente divulgadas à sociedade, fatos e notícias de conhecimento público, bem como através da análise natural de quem conhece o cenário político, histórico, administrativo e mercadológico de sua cidade e de seu país.

O que a agência Marca denomina de "ode ao antigo gestor", inclusive reconhecendo que, em nossa proposta, há "informações ricas", utilizando-se de um tom eivado de ironia e insinuações maldosas, nada mais é do que o resultado de um trabalho bem feito, que retrata o know-how, a competência técnica e o preparo da Criola Propaganda no atendimento de contas dessa natureza.

O que a Marca considera como "informações ricas", aqui é chamado de TRABALHO, DE DEDICAÇÃO, DE PESQUISA CRITERIOSA, DE COMPROMISSO COM OS DADOS REAIS, E DE MUITA VONTADE DE FAZER BEM FEITO. São todas informações públicas, disponíveis na internet para todo e qualquer indivíduo que tiver interesse e sobretudo disposição de pesquisar.

Quanto à falaciosa declaração de que o "princípio da impessoalidade" foi desprezado, a agência Marca demonstra que não entendeu ou não leu com a devida atenção o texto da Criola ou que, simplesmente, tenta fabricar

justificativas inexistentes, sem transparência ou clareza (já que não especifica os trechos em que baseia a sua argumentação), a fim de manifestar-se contra um resulta do que não a agrada.

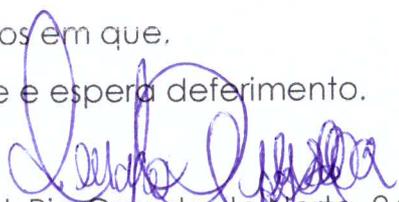
O Plano de Comunicação da Criola é completo de informações necessárias para o perfeito entendimento do cenário local, contextualizando os últimos anos das gestões da cidade, apontando seus erros e acertos e traçando assim diretrizes para o mais adequado planejamento de comunicação.

A Criola Propaganda aproveita a oportunidade para reforçar a lisura e integridade de seu material, salientando sua confiança na comissão julgadora, a partir de um processo avaliativo responsável, onde não deve haver espaço para especulações vazias e descabidas, que maculam o propósito, a transparência e a ética da atividade publicitária

DOS PEDIDOS

Ante o exposto, vem a Peticionante, perante Vossa Senhoria, requerer a improcedência de todos os pedidos realizados pelas Recorrentes no que se refere à proposta técnica apresentada pela Peticionante

Termos em que,
pede e espera deferimento.


Natal, Rio Grande do Norte, 24 de Setembro de 2019.

04.152.108/0001-50
CRIOLA PROPAGANDA LTDA

Rua Souza Pinto, 1107
Tirol CEP.: 59.022-260
Natal-RN