

Natal, 24 de setembro de 2019

À Comissão Permanente de Licitação

Prefeitura Municipal de Natal

Resposta da Marca Propaganda à análise feita por outras agências participantes do certame a respeito da proposta apresentada pela agência no processo licitatório tipo Concorrência Pública sob nº 24.001/2019

DE FORMA REDUZIDA E CRISTALINA:

A Marca Propaganda entende que a lisura e a transparência do certame devem constar em todas as fases do certame e espera que acima de tudo a legislação seja respeitada e as fases do processo e que o rigor do julgamento seja aplicado de forma imparcial e justa a todas as empresas participantes, mas principalmente em obediência ao que prevê a legislação vigente.

Das razões apresentadas pela DOIS. A:

A licitante solicita a desclassificação da Marca por uso “indevido” de uma fonte para numerar as páginas dos documentos do caderno A, ferindo assim, segundo colocações da DOIS.A Publicidade, um item editalício. Pois bem, por ironia ou circunstâncias advindas de igual postura da Criola Propaganda, esse mesmo deslize cometeu a DOIS.A, inclusive com documentos comprobatórios apresentados no recurso administrativo da Criola. Conforme anexo.

Pois bem, a respeito do tema existe tanto decisão do STJ como parecer oferecido pelo Ministério Público do estado do Rio Grande do Norte nos autos do Mandato de Segurança nº 0803465-88.2019.8.20.0000 – TJRN. Documentos muito bem apresentados pela licitante Armação Propaganda que seguem em anexos.

Das razões apresentadas pela Criola:


As mesmas apresentadas pela Dois.A, mas esqueceu a licitante autora da campanha O NATAL DO BRASIL (azul e dourado) de considerar que as peças, segundo edital, não poderiam ser apresentadas em mock-ups, tampouco deveriam ser identificadas. Essa questão foi inclusive objetivo de dúvida e na fase de esclarecimentos, registrada no site que apenas seria possível a utilização de mock ups em mídias OOH - Out Of Home - nas categorias Busdoor e Outdoor. Pelo rigor exigido com a solicitação para desclassificar a MARCA PROPAGANDA, a Criola também feriu as regras do edital.

A mesma licitante ao invés de desdobrar o conceito, como pede o edital, sugere um rearranjo do conceito atual da Prefeitura. A questão é: qual “deslize” fere mais ou menos as normas estabelecidas e as leis vigentes?

Por fim e com bastante economia dos fatos já expostos, cabe à Comissão, respeitando todos recursos e todas as leis em vigor, diferenciar erros de deslizos numa justiça cristalina. Ora, há licitante com textos em negritos, há licitantes com avaliação bem acima da média que apresenta, em sua documentação, referência à Secretaria de Comunicação – SECOM quando a autora do certame é a SEMAD – Secretaria Municipal de Administração.

Há ainda as agências que fizeram uso de mock ups, apresentaram equívocos quanto à economia local e outras ainda ignoraram o briefing e apresentaram plano de mídia bem distante do público pretendido.

Por essas e outras razões já apresentadas, a Marca Propaganda reitera a necessidade de uma reavaliação do certame com igualdade de rigor e transparência nas justificativas apresentadas pelas Subcomissão.



Marca Propaganda e Mark. Ltda
CNPJ 06.110.037/0001-59