

Superintendência Estadual de Comunicação Social – SECOM
Comissão Administrativa Especial de Licitação – CAEL
Ilmo. Sr. Presidente Luiz de Gonzaga Calil

SECOM/PROTOCOLO RECEBIDO
Em <u>3 / 1 / 18</u>
Ass.: <u>flc</u> 10:30hs.

Senhor Presidente:

O CONSÓRCIO PRISMA/BINDER + FC,
qualificado às fls. nos autos da LICITAÇÃO, modalidade Concorrência, tipo
melhor técnica de nº 001/2017 – SECOM, vem, por intermédio de seu
representante que esta subscreve, mui respeitosamente, a V. Sa. para interpor o
presente **RECURSO ADMINISTRATIVO**, na forma do artigo 109, inciso I,
da Lei Federal nº 8.666/93, pelas razões de fato e de direito a seguir aduzidas:

I - A decisão recorrida e o interesse recursal:

Insurge-se o recorrente, contra a decisão dessa
Subcomissão Técnica, após a abertura dos envelopes da via não identificada,
declarando o recorrente desclassificado por não atingir a nota mínima
necessária, prevista no Edital de Concorrência nº 001/2017. Surge, portanto,
como legítimo, o seu interesse recursal.



II - O Edital :

1. Verifica-se que as notas atribuídas pela subcomissão técnica no julgamento da proposta é marcada por notas muito abaixo da média dos demais concorrentes.

É correto concluir que o recorrente tenha sido prejudicado por ter a priori sua desclassificação conhecida e formalizada, uma vez que, as notas atribuídas além de estarem muito abaixo das demais concorrentes classificadas, também existem coincidências de notas apresentadas nos mesmos quesitos de julgamento.

2. Insurge-se o ora recorrente, por ter sido desclassificado entre as vencedoras da Licitação 001/2017, ao analisar a documentação oferecida por essa Subcomissão Técnica, que são várias as irregularidades encontradas nas propostas das agências nas primeiras colocações. Podemos citar alguns exemplos da omissão e falta de aplicação técnica da Subcomissão Técnica na avaliação técnica das propostas que deveriam estar com as mesmas características que garantiriam a não identificação das propostas, denotando tentativa de influenciar os julgadores, precipitação e contradição e conflito do julgamento com as respostas oferecidas pela comissão sobre o edital.

Segundo o ex-ministro do STJ Humberto Gomes de Barros, “*O princípio da vinculação do instrumento convocatório se traduz na regra de que o Edital faz lei entre as partes, devendo seus termos serem observados até o final do certame, vez que vinculam as partes (STJ, 1ª Turma, Resp. 354977/SC, Rel. Min. Humberto Gomes de Barros, p. DJU I 09/12/2003, p. 213)*”

A Jurista Laurita Vaz: *“O Edital é elemento fundamental do procedimento licitatório. Este é que fixa as condições de realização da Licitação, determina seu objeto, discrimina as garantias e os deveres de ambas as partes, regulando todo o certame (ROMS 10847 – MA, Rel. Min. Laurita Vaz).”*

Há de se convir que no caso específico, não se trata de mera omissão formal ou de mero esquecimento; trata-se sim de uma falta grave, imperdoável, sem justificativas. É uma desobediência a Lei e ao Edital. Todas as propostas devem ser julgadas de forma igual, garantido o direito da igualdade e da isonomia, artº 5º, caput, da Constituição Federal:

“Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza”.

Também está disperso por vários outros dispositivos constitucionais, tendo em vista a preocupação da Carta Magna em concretizar o direito a igualdade: Cabe citar os mais importantes:

a) igualdade racial (art. 4º, VIII); b) igualdade entre os sexos (art. 5º, I); c) igualdade de credo religioso (art. 5º, VIII); d) igualdade jurisdicional (art. 5º, XXXVII); e) igualdade de credo religioso (art. 5º, VIII); f) igualdade trabalhista (art. 7º, XXXII); h) igualdade tributária (art. 150, II); h) nas relação internacionais (art. 4º, V); i) nas relações de trabalho (art. 7º, XXX, XXXI, XXXII e XXXIV); j) na organização política (art. 19, III); l) na administração pública (art. 37, I).

A isonomia deve ser efetiva com a igualdade da lei (a lei não poderá fazer nenhuma discriminação) e o da igualdade perante a lei (não deve haver discriminação na aplicação da lei).

Também o jurista **Marçal Justen Filho** perfilha do entendimento doutrinário antes citado, fazendo ver que os rigorismos excessivos devem ser afastados de todo e qualquer procedimento licitatório, a fim de que não seja frustrada a possibilidade de maior número de licitantes no certame, na busca de maior vantajosidade para a administração, como, aliás, estabelece o artigo 3º da lei nº 8.666/93, considerado o maior primado da lei.

Confirmam a lição do referido jurista:

"Não é cabível excluir propostas vantajosas ou potencialmente satisfatórias apenas por apresentarem defeitos irrelevantes ou porque o 'princípio da isonomia' imporia tratamento de extremo rigor. A isonomia não obriga adoção de formalismo racional." (in 'Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos' - Editora Dialética, 5ª edição p. 56/57)

Na mesma obra, mais à frente, o mesmo jurista faz considerações a respeito do formalismo e forma de interpretação da lei:

"Os diplomas legais podem ser mais ou menos formalistas. Isso não autoriza a formalismo do intérprete. Não pode transformar-se em

autômato, pretendendo localizar a mais rigorosa compatibilidade entre o mundo dos fatos e o texto escrito de uma lei. A lei não é elaborada para bastar-se a si mesma, tal como se os fins do Direito fossem menos relevante do que as palavras do legislador. Como ensinou Engisch: “Não só a lei pode ser mais inteligente do que o seu autor, como também o intérprete pode ser mais inteligente do que a lei”.

Ainda na Proposta Técnica, – checagem de itens – observa-se que, a Subcomissão Técnica, a despeito dos itens solicitados no edital, a forma do julgamento, a utilização de medidas interpretativas e rigorosas para uns e facilitadas para outros, além de não ter um único critério para aplicação das notas de todos os concorrentes , ela se caracterizou com uma combinação de notas em vários itens e parte do pressuposto equivocado: o tratamento dado as licitantes não foi igualitário .

Mais uma vez o princípio isonômico não foi respeitado. Afinal, as demais licitantes, até prova em contrário, cometeram outros erros ou deixam de apresentar itens que não foram observados pela Subcomissão Técnica.

Outro ponto, contrariando a Lei nº 12.232 de abril de 2010, Capítulo II – Dos procedimentos Licitatórios, em seu art.º 6º, item VII:

“a subcomissão técnica prevista no §1º do art.10 desta Lei reavaliará a pontuação atribuída a um

quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;"

Ao contrário, não consta dos registros das atas das reuniões de julgamento, debates entre os membros da subcomissão de licitação que justificassem tal diferença, conforme cita a Lei, em seu §1º:

"No caso do inciso VII deste artigo, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em atas as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo de licitação."

Mais uma vez fica claro que a Comissão Técnica passou por cima da Lei e **desconsiderou** a avaliação da proposta da recorrente, como por exemplo no quesito estratégia de comunicação, onde o avaliador 1, não respeitou a diferença de 20% em sua pontuação, não tendo nenhuma anotação em ata, que justifique tais diferenças, dentre outros quesitos.

Não temos dúvidas quanto a idoneidade da subcomissão perseguindo os caminhos transparentes que conduzem aos princípios basilares da honestidade, porém, há de se entender que houve

desconhecimento do processo de julgamento das propostas e uma **discriminação da proposta da recorrente**, como é amplamente comprovado nas planilhas de pontuação , tanto pelas notas atribuídas, tanto pelo comportamento adotado pela Subcomissão Técnica, um verdadeiro absurdo. Em licitações dessa monta, muitas vezes escapam detalhes só localizados após um exame mais apurado, o que nos leva então, a correr em auxílio da subcomissão, buscando a isonomia e a justiça necessárias nos embates que envolvem o erário público. Infelizmente não é esse caso.

Finalmente, não se deve esquecer que a administração não pode descumprir as normas de condições do Edital, ao qual se acha estritamente vinculada (art. 41 da Lei Federal 8.666/93) e a lei 12.12.232.

III. O Pedido

Logo, resulta dos fatos que a Subcomissão Técnica avançou os termos expressamente previstos no Edital, revelando subjetividade e flagrante vulneração ao próprio Edital. Vamos aos fatos:

1) Apesar de na Ata do Julgamento constar que a Sub Comissão Técnica julgou de forma individualizada e só depois procedeu à análise dos questionamentos das Agências, fica evidente que o julgamento foi realizado apenas após a recorrente já haver sido desclassificada. Embora os trabalhos de julgamento, terem sua ata lavrada em 09 de novembro de 2017, o início dos trabalhos ocorreu em 02 de outubro de 2017, conforme consta na própria Ata. Outro fato é que o questionamento para desclassificação do recorrente ocorreu no momento da abertura do

certame e acatado na integralidade e por unanimidade da Subcomissão Técnica.

2) A outra questão é que o julgamento foi protocolar. Sabendo que o recorrente já estava desclassificado, não fora dada a devida atenção aos quesitos do julgamento. Essa conclusão é facilmente comprovada e fica explicitada nas notas baixas atribuídas pelos julgadores ao recorrente. Se compararmos as notas do recorrente às notas da primeira colocada na Proposta Técnica do Lote 04, a MP Publicidade, verificamos que há coincidências em vários quesitos, sendo que a recorrente recebeu nota regular ou não atendeu e já a primeira colocada nota ótimo ou bom, como mais adiante ficará evidenciado.

O processo licitatório tipo “melhor técnica”, deve sempre pontuar as melhores propostas. A análise subjetiva faz parte do contexto e um avaliador pode e deve julgar pelos seus critérios pessoais, até porque por fazer parte dessa Comissão, evidencia e comprova sua capacidade para proceder tal julgamento.

Em que pese a capacidade técnica da Subcomissão Técnica, o julgamento foi apressado, raso e de afogadilho da ora recorrente. Tudo começa quando a Subcomissão Técnica argumenta que o recorrente apresentou mais de uma peça corporificada do mesmo tipo em seus planos de comunicação publicitária. Fato superado pela reanálise da Subcomissão Técnica, promovendo a abertura e o conhecimento das notas atribuídas ao ora recorrente.

Embora o processo licitatório tenha esse caráter subjetivo, a técnica publicitária não é subjetiva. Um avaliador pode até não “gostar” de determinado conceito, mas não é razoável que a partir daí todo o restante da análise técnica, siga a mesma linha de raciocínio. Vejamos alguns exemplos:



- 1) Comparativo da avaliação do raciocínio básico das propostas da primeira colocada e da recorrente:

Conceito: Com o Banestes você pode contar.

construindo um Espírito Santo melhor para todos os capixabas. **Do papel do Governo no atual contexto social, político e econômico.** A atual gestão estadual vem realizando ações concretas para que o Espírito Santo possa continuar no caminho do desenvolvimento socioeconômico sustentável, no qual todos os cidadãos participam e colhem frutos. É um Governo que tem usado sua capacidade de mobilizar a sociedade para dar maior eficiência aos investimentos públicos, valorizando a participação de cada

Conceito: Com o Banestes você segue em frente

social e equilíbrio fiscal.

O desenvolvimento do Espírito Santo é uma realidade, o Estado vem conseguindo superar as adversidades econômicas e a administração reconhece que emancipar as pessoas da condição de pobreza, garantindo-lhes participação nas oportunidades proporcionadas pelo desenvolvimento e o exercício da cidadania é um dever do Estado, com vistas à construção de uma sociedade mais justa, igualitária e sustentável.

O Produto Interno Bruto (PIB) do Espírito Santo cresceu 1.4% (R\$ 36.3 bilhões) no

Conceito: Com o Banestes você pode contar.

... a construção de uma sociedade mais igualitária que promove a inclusão social e o uso racional dos recursos naturais. **Do problema específico de comunicação.** Com uma gestão sólida, embasada na qualidade e abrangência do atendimento, o Banestes firmou-se como o banco dos capixabas, não só porque faz parte do patrimônio estadual, mas por sua capacidade de compreender as necessidades de todos os segmentos, estando presente em todos os 78 municípios, com mais de 780 pontos de atendimento. O Banestes atende aos capixabas e contribui para dinamizar a economia do Estado, tendo também o papel de disseminar os valores da Educação Financeira para

Conceito: Com o Banestes você segue em frente

praticidade para conseguir crédito com o banco.

A comunicação precisa ainda evidenciar a facilidade de acesso da população a uma agência bancária do Banestes. Presente nos 78 municípios do Estado, o banco às vezes é a única instituição bancária presente na cidade, ou seja, o Banestes está disponível para todo cidadão espírito-santense que deseje fazer negócios com ele.

O Banestes possui hoje 6 linhas de créditos para atender seus clientes, sendo três

Como pode ser facilmente percebido, os textos são muito parecidos, até porque, resultam do entendimento do briefing apresentado no Edital. Entretanto, como se justifica textos parecidos com notas tão díspares? Na planilha de julgamento a primeira colocada recebeu dos julgadores a nota média 8,48, tendo a recorrente recebido a nota média de 6,32

2) Comparativo da avaliação da estratégia de comunicação das propostas da primeira colocada e da recorrente:

Estratégia de Comunicação – Com o Banestes você pode contar.

~~das pessoas e a procura pelos serviços dos bancos não ser uma prioridade para elas.~~

~~Ao serem questionadas, as pessoas revelam que esperam que os bancos as escutem, ensinem sobre a melhor forma de equilibrar suas contas, sejam flexíveis e apresentem soluções personalizadas para cada um, afinal, cada problema e cada cliente é único. Avaliando essa questão, enxergamos a necessidade do Banestes se reconectar à vida das pessoas e empresas, de uma forma aberta ao diálogo e à compreensão, com transparência e, acima de tudo, parceria. O Banco deve, portanto, ser um facilitador que simplifique e aproxime as pessoas das suas finanças, deixando de ser apenas um intermediador para participar, de fato, da vida financeira de seus clientes. O serviço de crédito apresenta-se como uma excelente oportunidade para que essa conexão seja~~

Estratégia de Comunicação – Com o Banestes você segue em frente

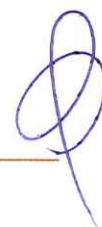
Estratégia de Comunicação Publicitária

Em atendimento às especificações do briefing desta licitação, entendemos que o principal objetivo dessa comunicação é informar aos clientes Banestes que o banco é um parceiro em soluções de crédito para todas as necessidades de pessoas físicas e jurídicas.

Também são objetivos da comunicação informar ao cliente que o Banestes possui taxas competitivas, com produtos que vão solucionar diversas situações relacionadas ao consumo na vida das pessoas e empresas, além de mostrar a facilidade e praticidade para conseguir crédito com o banco.

Estratégia de Comunicação – Com o Banestes você pode contar.

trabalhada, uma vez que é o tipo de serviço procurado em momentos muito importantes na vida das pessoas e empresas. Nossa estratégia é utilizar a comunicação para, além de informar sobre a existência das diferentes formas de crédito e benefícios, atribuir ao Crédito Banestes o conceito de confiança, proximidade e credibilidade. A ideia é mostrar que o Banestes está aberto a entender e a encontrar junto com o cliente a melhor solução em crédito para cada necessidade. Vamos reforçar o posicionamento de ser um banco capixaba que conhece os anseios, sonhos e dificuldades do povo do Espírito Santo e, por isso, está mais próximo aos seus clientes, seguindo o atual posicionamento e slogan "Sempre perto de você". Sendo assim, chegamos ao seguinte conceito: **COM O CRÉDITO BANESTES, VOCÊ PODE CONTAR.** Utilizamos uma expressão que confirma a disponibilidade do Banco em contribuir com as finanças dos clientes. Também vai ao encontro dos desejos das



Estratégia de Comunicação – Com o Banestes você segue em frente

Por isso, falando diretamente com os clientes e com a população de um modo geral, nossa comunicação irá apresentar essa parceria que o Banestes se propõe a fazer diariamente com os capixabas, não por ser o banco do Estado, mas por reconhecer e participar diariamente dos desafios do mercado e da oscilação da nossa economia.

Para amarrar este raciocínio, sugerimos a utilização de um conceito que confirma este conjunto de informações e abarca todas essas dimensões. Conceito:

Com o Banestes você segue em frente.

Seguir em frente é passar pelos obstáculos, superar as dificuldades, planejar o futuro e ir atrás dos próprios objetivos e sonhos, estes tão inerentes a todos os seres humanos. Por vezes ficamos paralisados pelos problemas, sejam eles financeiros ou pela falta de perspectiva profissional e de um futuro com mais propósito, não vemos soluções ou meios de seguir com a vida, para dar um passo adiante é preciso respirar fundo e enxergar as coisas sobre um novo panorama. É isso que queremos oferecer aos clientes do Banestes: um respiro, uma forma de seguir a vida, agora com energias renovadas e a certeza de uma parceria que acredita no Espírito Santo e na força do seu povo de seguir em frente, de investir em algo, recomeçar, ou simplesmente iniciar algo completamente novo.

Dizer coisas que o Banestes já faz.



Estratégia de Comunicação – Com o Banestes você pode contar.

...com relação aos seus bancos, que é ter uma instituição que saiba ouvir, entender e contribuir com a administração das suas finanças. Demonstrar que está disponível e que dá importância a cada cliente é afirmar que acredita nos sonhos de cada pessoa, no sucesso de cada empresa e no desenvolvimento do Espírito Santo como um todo. Se mostrar próximo e pronto para ouvir e conversar é dizer que o Banestes deseja fazer parte desses momentos importantes para a vida e os negócios de seus clientes. Vamos comunicar que o Crédito Banestes pode se fazer presente em diversas situações. Para comprar um apartamento, para expandir a empresa ou para quitar as dívidas pessoais, o cliente pode contar com o Crédito Banestes. É importante ressaltar que nossa estratégia de comunicação será focada em comunicar para os atuais clientes do Banestes e pessoas de interesse sobre os serviços e as vantagens dos créditos, cumprindo a solicitação do *briefing* em criar uma campanha de vendas. A construção **"COM O CRÉDITO BANESTES, VOCÊ PODE CONTAR."**, possibilita diversos desdobramentos de texto e significados, como: "fazer as contas", "contar para os outros a realização dos seus sonhos", "contar para o Banestes no significado de confiar e ser apoiado pelo banco", dizer que "as necessidades dos clientes são da nossa conta", entre outros. Isso reforça a nossa campanha como uma campanha de vendas. Para atingir os públicos e comunicar nosso conceito e os

Estratégia de Comunicação – Com o Banestes você segue em frente

...simplesmente iniciar algo completamente novo.

Dizer apenas que o Banestes é o banco do povo capixaba não irá influenciá-los a abandonar os antigos hábitos, para eles tão confortáveis, é preciso mostrar que o banco não apenas é daqui, mas está verdadeiramente aqui, assim como seus clientes, ele entende culturalmente nosso povo, sabe, como nenhum dos seus concorrentes, das potencialidades e dificuldades de cada região do Estado, vivenciando diariamente suas histórias, desde o mais simples produtor rural e profissional independente, até os grandes empresários, por isso nossa comunicação se baseia em um princípio, que pode ser resumido na frase que utilizamos como

conceito: **Com o Banestes você segue em frente.**

Pessoa física ou jurídica, que precisa quitar suas dívidas, sonha com um imóvel próprio, precisa de dinheiro para investir na sua empresa, no seu negócio, seja qual for sua situação, sua localização ou necessidade, **com o Banestes você segue em frente.**

Para passar essa mensagem utilizaremos **duas linhas de comunicação: uma estadual**, para falar com todos os capixabas e correntistas do banco, e **outra regional**, que será direcionada e personalizada conforme a realidade de cada microrregião do Estado, o intuito é que o cidadão se reconheça na comunicação do banco, não parecendo para o pequeno agricultor do sul ou do norte do Estado, que a instituição se interessa apenas pelos capixabas que estão nas regiões centrais.

Sendo assim, na *comunicação estadual* usaremos como título das peças:

De Dorés do Rio Preto a Mucurici, aqui todo capixaba tem crédito.

Os dois municípios citados no título ficam, o primeiro no extremo sul do Estado, o segundo, no extremo norte, eles são ainda dois dos menores municípios do Espírito Santo em número populacional, mostrando a abrangência estadual completa do Banestes, que liga o Estado de uma ponta a outra, estando disponível para todos os capixabas. Reforçando a mensagem, teremos um texto de apoio que explica rapidamente o que o banco oferece aos seus clientes:

O único banco presente em todos os 78 municípios do Espírito Santo, também está presente para você. Para planejar, investir na sua vida e no seu negócio, ou quitar suas dívidas, com o Banestes você segue em frente.

Já na *comunicação regional*, usaremos personagens que ilustrem a população

Como pode ser facilmente percebido, a discrepância das notas atribuídas entre a primeira colocada e a recorrente é ainda maior, tendo a compreensão dos textos muito parecidas. No entanto, as notas atribuídas nos subquesitos para o recorrente foram determinantes para uma média tão baixa, principalmente no parâmetro “não atendeu”. Na planilha de julgamento a primeira colocada recebeu dos julgadores a média 8,56 e a recorrente recebido a média de 3,04.

E por ser claro o Edital no que concerne aos deslizes praticados pela Subcomissão Técnica, que deixou de cumprir as regras do julgamento não permitindo que o recorrente pudesse ter a sua proposta analisada em igualdade de condições com as concorrentes classificadas, requer o recorrente, **seja o presente recurso recebido em seu efeito suspensivo e que sejam reconsideradas as notas do recorrente em todos os quesitos** (raciocínio básico, estratégia de comunicação, ideia criativa e estratégia de mídia), **seja o recorrente julgado e reavaliado de forma isenta e em igualdade com as demais licitantes. Que seja apresentada a Ata com as justificativas das notas atribuídas pelos avaliadores a este recorrente, com diferença de vinte por cento entre os quesitos.**

Diante de todo o exposto e, **reiteramos**, como única forma de restabelecer a justiça, REQUER seja o presente RECURSO ADMINISTRATIVO recebido em seu efeito, para que sejam reavaliadas as notas atribuídas ao recorrente. Que seja **provido** para o fim de, reformada a decisão anterior, permitir que o recorrente prossiga nas demais fases do certame, como medida de lédima justiça!

Termos em que,
Pede deferimento.

Vitória/ES, 03 de janeiro de 2018.



Luiz Fernando Manhães da Silva
Consórcio Prisma/Binder + FC