

**ILUSTRÍSSIMO SR. REPRESENTANTE DO
BANCO DEDESENVOLVIMENTO DE MINAS GERAIS S.A. – BDMG**

**PROCESSO SEI Nº 5200.01.0000140/2021-98
LICITAÇÃO BDMG-20/2021**

O respeito ao princípio da isonomia é garantido ao se reputar a diligência como um dever da Comissão de Licitação/Pregoeiro, porquanto, sabe-se, de antemão, que o tratamento será o mesmo para todo e qualquer licitante, desde que seja cabível a realização das diligências e não se trate de correção de irregularidade essencial.¹

PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o número 03.958.504/0001-07, com sede na [REDACTED], CEP [REDACTED], vem, em tempo hábil, à presença de Vossa Senhoria, apresentar

RECURSO ADMINISTRATIVO

nos termos do art. 51 da Lei nº 13.303/2016, contra o resultado do julgamento da proposta técnica e habilitação da empresa IDEIA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL LTDA., pelos fatos e fundamentos a seguir expostos:

I DA TEMPESTIVIDADE

Consoante se depreende da norma do art. 51, I, *a* da Lei nº 13.303/2016, bem como do edital, a intenção de recorrer, direito assegurado a qualquer LICITANTE, poderá ser manifestada e motivada por ocasião da declaração do vencedor, momento a partir do qual será concedido ao interessado o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a apresentação das razões do recurso.

¹ Acórdão TCU nº 1.849/2016-Plenário.

No presente caso, o termo final para recurso resta projetado para o dia **27.09.2021**.

Tempestivas, portanto, as presentes razões.

II DOS FATOS

A ora Recorrente, tendo interesse em participar da licitação supramencionada, adquiriu o edital em epígrafe, verificando todas as condições e providenciando os documentos necessários para sua participação no certame.

Conforme se extrai do item do instrumento convocatório, tem-se como objeto do certame:

contratação de pessoa jurídica para prestação de serviços especializados de comunicação integrada ao BDMG, abrangendo planejamento de comunicação, comunicação interna e externa, atuação em comunicação em mídias sociais e serviços eventuais de comunicação, segundo especificações contidas neste Edital e em seus anexos.

Após a sessão de disputa, tendo sido constatado o cumprimento de todos os requisitos do edital, declarou-se habilitada e vencedora da licitação a IDEIA COMUNICACAO EMPRESARIAL LTDA.

Embora nutra sincero respeito pela análise que culminou na conclusão supra, a Recorrente rechaça o referido resultado, eis que a empresa declarada vencedora não atendeu a exigência mínima de qualificação técnica nos termos do Item 2.5.b do Anexo III do edital, bem como na proposta técnica apresentada pela IDEIA COMUNICACAO EMPRESARIAL LTDA houve a identificação nos 3 Cases apresentados, ocasiões em que identifica seus clientes e afronta o item 1.3.1.1 do Anexo II do edital, como passa a expor.

III – DA PREMENTE NECESSIDADE DE DESCLASSIFICAÇÃO DA IDEIA

III.1 NÃO ATENDIMENTO À EXIGÊNCIA MÍNIMA DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA E DA MANIFESTA IDENTIFICAÇÃO DE CLIENTES NOS CASES APRESENTADOS - AFRONTA DIRETA AOS ITENS 2.5.B DO ANEXO III E 1.3.1.1 DO ANEXO II DO EDITAL.



Conforme mencionado acima, a empresa ora declarada vencedora, apresentou uma série de problemas em sua proposta técnica e documentação de habilitação. Por descuido da comissão e/ou da subcomissão técnica, esses erros não foram detectados, o que permitiu, de forma equivocada, que a empresa seguisse no certame. Porém, ainda há tempo hábil para que a IDEIA seja desclassificada e a concorrência prossiga com regularidade, lisura e transparência, sendo este o propósito do presente apelo.

Pois bem, na HABILITAÇÃO, a Ideia não apresentou a qualificação técnica mínima exigida: Dos quatro atestados entregues – CBA, Copasa, Kinross e Pam -, nenhum atende à letra B do item 2.5, que exige: “experiência com planejamento e realização de estratégias de comunicação utilizando as mídias sociais, inclusive com utilização de ferramenta de inteligência para aferir resultados.”

Para que fique claro a não compatibilidade, veja-se que diz cada um dos atestados entregues pela Ideia, a começar pela **CBA**. O texto elenca os seguintes serviços prestados:

- Planejamento e estratégias de Comunicação;
- Assessoria de Imprensa, estratégias e táticas de relacionamento com a mídia
 - Produção de Conteúdo
- Preparação de porta-vozes para comunicação com mídia, elaboração de papers, Q&As e outros materiais
 - Gestão da Comunicação em Riscos e Crises
 - Relacionamento com Stakeholders
- Intermediação de contatos com públicos de interesse.

Nenhuma linha, portanto, relacionada às “estratégias de comunicação utilizando mídias sociais”, com “ferramentas de inteligência para aferir resultados”.

Já o atestado da **Copasa** diz:

- Coordenar demandas com planejamento, articulação e documentação, objetivando transformar um produto/serviço especificado com qualidade, garantindo entrega e manutenção técnicas no âmbito da contratação, tais como: Assessoria de Imprensa, Inteligência de Mídia, Produção de Conteúdos e Relacionamento com Públicos Estratégicos.
- Planejar a comunicação interna pela identificação e qualificação de jornalistas e outros formadores de opinião.
- Assessorar a Imprensa da Superintendência de Comunicação Institucional da Copasa em seu relacionamento com a mídia nacional, estadual e regional, auxiliando-a na produção de releases, distribuição de press-releases, notas e outros conteúdos. Envolve atendimento/contato com a imprensa, gerenciamento de crises, criação e atualização de mailing, mapa de influenciadores, organização, preparação e acompanhamento de entrevistas coletivas, capacitação de mídia training, workshops e seminários para porta vozes e jornalistas, elaboração e revisão de textos jornalísticos ou Institucionais, diagramação/editoração de publicações impressas, fotografia, reportagem em vídeo, vídeo depoimento, podcast, orientação de fontes, inteligência de mídia, auditoria de imagem, design de projeto gráfico e de diagramação/editoração de imagens.
- Relacionar com públicos estratégicos por diagnóstico com objetivo de identificar e antecipar, junto às comunidades, o entendimento e aceitação de políticas públicas, em estudo ou em fase de implantação.

Também aqui a conclusão é cristalina: nada nesta lista se refere a mídias sociais e ferramentas de aferição destas mídias.

O mesmo ocorre com o atestado da **Kinross**, que diz:

- Planejamento e Estratégias de Comunicação;
- Assessoria de Imprensa / Estratégias e táticas de Comunicação e relacionamento com a mídia;
 - Produção editorial e gráfica de Conteúdos Internos;
- Preparação de porta-vozes para comunicação com a imprensa / Media Training / Papers / Q&As;
 - Gestão e produção de conteúdos diversos, como discursos e artigos;
 - Gestão de Comunicação em situações de crises;
 - Relacionamento com stakeholders;
 - Pesquisa de comunicação interna.

Mais uma vez, nenhuma linha sobre a letra B do item 2.5!

Por fim, o atestado da **Pam Produtos Auxiliares Metalúrgicos**:

- Planejamento e estratégias de Comunicação
- Assessoria de Imprensa, estratégias e táticas de relacionamento com a mídia
- Produção de Conteúdo
- Preparação de porta-vozes para comunicação com mídia (Media Training)
- Gestão da Comunicação em Riscos e Crises
- Relacionamento com Stakeholders
- Planejamento e campanhas de comunicação interna.
- Intermediação de contatos com públicos de interesse.

Não é possível, mesmo que com muita boa vontade, identificar nos documentos acima alguma relação, ainda que mínima, com “experiência com planejamento e realização de estratégias de comunicação utilizando as mídias sociais, inclusive com utilização de ferramenta de inteligência para aferir resultados”.

A Ideia Comunicação Empresarial, portanto, não conseguiu atender um importante quesito de qualificação técnica mínima, o que a desabilita do presente certame.

Tendo sido demonstrado, à exaustão, o descumprimento aos requisitos de habilitação, também na **PROPOSTA TÉCNICA**, a empresa declarada vencedora comete grosseiros e desclassificantes erros na construção de seus três cases, que tratam da identificação do cliente.

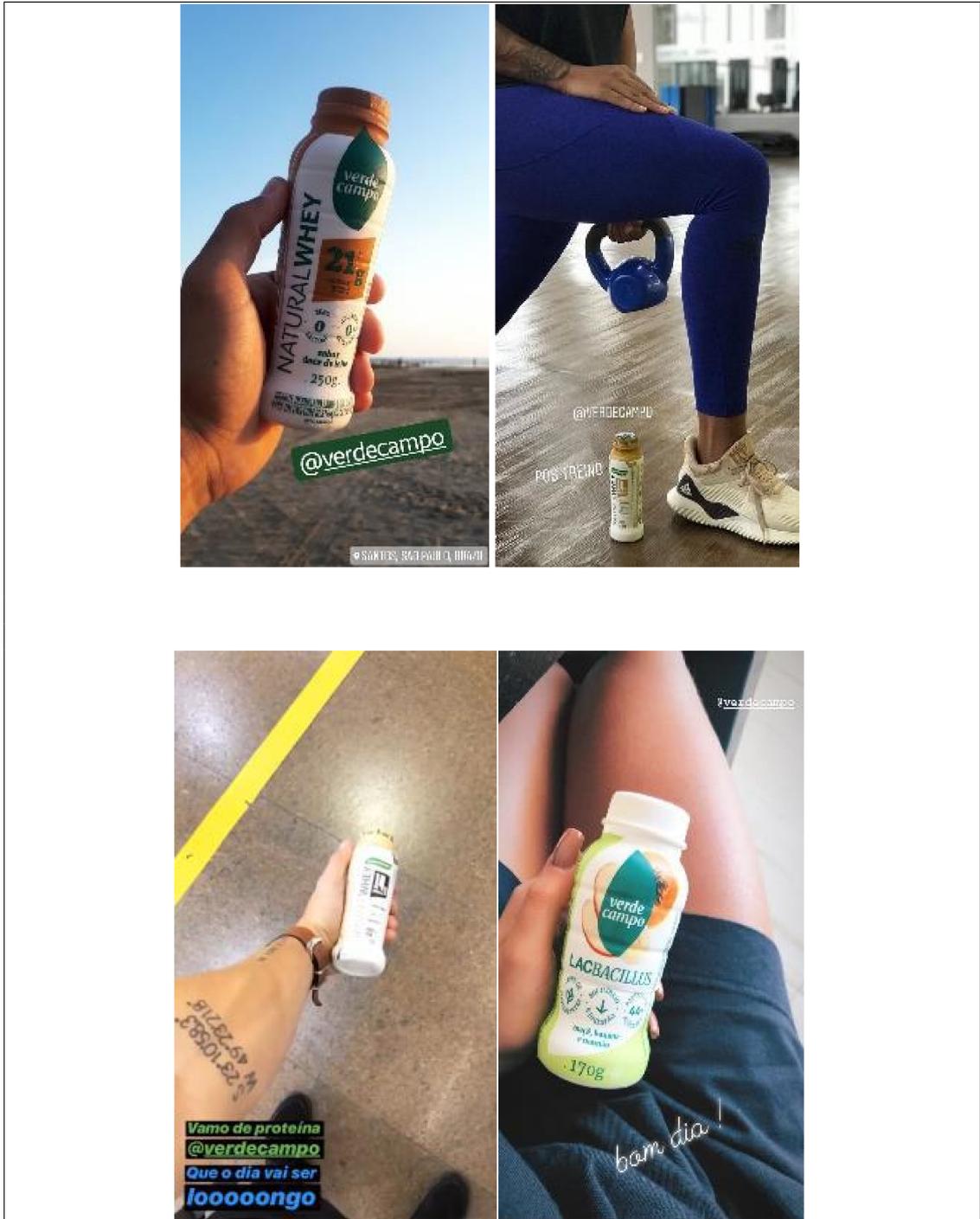
Antes de apontar estes erros, contudo, é preciso deixar claro o que diz o edital, mais precisamente o item 1.3.1.1:

Os três cases não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação do nome da licitante, do nome de seus eventuais parceiros e do nome do cliente retratado no respectivo case, a fim de preservar o sigilo do processo.

No primeiro case, que relata um episódio envolvendo ações de mídias sociais, a Ideia acaba inserindo imagens de redes sociais do cliente. No entanto, com uma simples cópia destas imagens, é possível visualizar não só o nome deste cliente, que é o “Verde Campo”, como também a sua logomarca.

Ideia: Como exemplo, veja abaixo algumas das imagens retiradas do case do





Por descuido ou não, a Ideia não guardou sigilo quanto ao seu cliente. Ao identificá-lo, descumpra uma regra clara do edital. Mais do que não se considerar este case na pontuação, faz-se necessário a desclassificação da Ideia, sem prejuízo dos reflexos na esfera contratual que podem lhe ser atribuídos, dada a manifesta quebra de sigilo.

No segundo case, que envolve gestão de comunicação interna, o cliente também é identificado, e também pelo print de uma imagem. Ao ilustrar uma peça de divulgação interna, a Ideia inseriu um QR Code que leva para o site da COPASA, a empresa atendida em questão, cujo nome deveria, por regra, ser mantido em sigilo.

Abaixo, a ilustração com o QR Code, que leva à página da Copasa:



The screenshot shows a page from 'infoNEWS' with a green header. The main content includes a numbered list of annotations: 1. A title line: 'Aqui você fica atualizado com as notícias da sua região! Veja o foi destaque este mês da Unidade de Negócio Sul de Minas:'. 2. An aerial photograph of a dam and surrounding area. 3. A QR code. Below the QR code is a legend: '1. Título', '2. Imagem', '3. QR Code para acesso à páginas relacionadas'. The page also contains a block of placeholder text (Lorem ipsum).

No último case, de gestão de crise, o mesmo erro é cometido, novamente por meio de prints de tela. Ao indicar os portais de notícias e os títulos das matérias, a Ideia indiretamente indica o nome do cliente. Concede, portanto, “informações que permita a identificação do cliente retratado.

Veja, por exemplo, a figura retirada do case da Ideia. Trata-se de um print retirado de uma página do Guia de Muriaé:

GUIA MURIAÉ

VESTIBULAR
1800-9111-60
AGORA
Para inscrever-se
acesse em
tudo de 09h às 18h
fominos.edu.br

Home Classificados Colunas Guia comercial História Notícias Serviços Sociais Turismo

Inicio / Notícias / Cidade / CBA afirma que barragens em Mirai e Itamarati de Minas são diferentes de Brumadinho

afirma que barragens em Mirai e Itamarati de Minas são diferentes de Brumadinho

20/01/2019

A tragédia de Brumadinho, que chegou a 60 mortos após o rompimento de uma barragem da mineradora Vale, voltou a preocupar moradores da Zona da Mata mineira, em especial de Mirai e Itamarati de Minas, onde a mantém barragens.

Em nota, a empresa falou sobre a situação das barragens na região, amenizando o fato e afirmando que as barragens têm engenharia bem diferente de Brumadinho e que são auditadas por uma empresa independente especializada e reconhecida internacionalmente.

Ora, em uma busca de segundos na internet é possível acessar a mesma página e descobrir, sem esforço, que se trata da CBA. Abaixo, o link e o print:
<https://www.guiamuriae.com.br/noticias/cidade/cba-afirma-que-barragens-em-mirai-e-itamarati-de-minas-sao-diferentes-de-brumadinho/>



A mesma busca pode ser realizada em todos os **nove prints** colocados pela Ideia em seu case. O que causa estranheza é que a concorrente não precisava desses prints para completar a sua proposta. Não havia razões para que estas imagens estivessem ali, a não ser para serem, posteriormente, identificadas.

Portanto, ante a cristalina identificação do cliente, nos três cases apresentados pela concorrente, a sua desclassificação é o que se requer.

Diante todo o exposto, seja por desatendimento ao item 2.5.b do Anexo III, seja pela clara violação ao item 1.3.1.1 do Anexo II do edital, a imediata desclassificação da Ideia é o que se requer.

III.2 DA DESCLASSIFICAÇÃO DA IDEIA À LUZ DA NÃO COMPROVAÇÃO DO ENQUADRAMENTO DA IDEIA COMO EPP

Conforme consta do edital, aplica-se à presente licitação a relação de prerrogativas às ME, EPP ou equiparadas, desde que tenha suprido as demais condições de habilitação.

De acordo com o cartão de CNPJ da Ideia, a empresa é EPP. Curioso, contudo, é o fato de a atualização cadastral ter ocorrido há nada menos que 20 (vinte) anos atrás, em 10/11/2001:

| | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS 73.19-0-04 - Consultoria em publicidade 73.20-3-00 - Pesquisas de mercado e de opinião pública | | | |
| CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 206-2 - Sociedade Empresária Limitada | | | |
| LOGRADOURO R DOS GUAJAJARAS | | NÚMERO 628 | COMPLEMENTO ANDAR 2 SALA 206 SALA 211 SALA 212 |
| CEP 30.180-913 | BAIRRO/DISTRITO CENTRO | MUNICÍPIO BELO HORIZONTE | UF MG |
| ENDEREÇO ELETRÔNICO EXPEDICAO@JUSTACAUSA.COM.BR | | TELEFONE (31) 3295-1455/ (31) 3360-3900 | |
| ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) ***** | | | |
| SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA | | | DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 10/11/2001 |

Embora presumida a boa-fé, não se pode asseverar, com exatidão, que a empresa declarada vencedora ostente a condição de EPP até os dias atuais!

A bem da verdade, a certidão obtida pela Partners junto à JUCEMG, atesta a **INEXISTÊNCIA DE REGISTRO DE AUTENTICAÇÃO DE LIVROS**, o que significa que, legalmente, não há registro de livro diário com o balanço patrimonial em nome da empresa declarada vencedora.

Embora o edital não exija, expressamente, a apresentação de balanço patrimonial e demonstrações financeiras, não se pode desconsiderar a necessidade de comprovação da empresa dita EPP, para fins de obtenção dos privilégios em licitação.

A respeito das diligências, determina o edital:

4.5.3.

O Agente do Licitação poderá, a seu exclusivo critério, para privilégio do interesse do BDMG e em qualquer fase da licitação, promover diligência destinada a suprir, complementar ou esclarecer a instrução do processo, podendo ser consultados os respectivos emitentes de documentação bem como qualquer repositório de dados e informações válidos disponível, devendo os documentos produzidos serem juntados ao processo.

Dito isso, considerando as evidências acima e com arrimo no item 4.53 do edital, requer-se a realização de diligências para asseverar o real enquadramento da Ideia como EPP, mediante a realização de consultas e apresentação de Balanço Patrimonial, certidão de enquadramento, bem como qualquer outra documentação que se fizer necessária à referida prova.

Ao final, tendo sido constatado o não enquadramento, a desclassificação da Ideia é o que se requer.

**IV
DA NECESSÁRIA DESCLASSIFICAÇÃO DA IDEIA À LUZ DA
SEGURANÇA JURÍDICA E DA LEGISLAÇÃO VIGENTE.**

Não é difícil imaginar o espanto da Recorrente que, ora repousa na segurança de que atendeu aos requisitos do edital e ora se depara com a habilitação ora contestada.

A manifesta omissão apontada viola diretamente o **Princípio da Segurança Jurídica**, entendido como direito fundamental, ocupando lugar de destaque no ordenamento jurídico atual.

No âmbito do Direito Administrativo a Segurança Jurídica é considerada o condutor da administração pública, imprescindível à Administração no atendimento das suas finalidades basilares.

Na mesma linha, Maria Sylvia Zanella Di Pietro² esclarece:

O princípio se justifica pelo fato de ser comum, na esfera administrativa, haver mudança de interpretação de determinadas normas legais, com a consequente mudança de orientação, em caráter normativo, afetando situações já reconhecidas e consolidadas na vigência de orientação anterior. Essa possibilidade de mudança de orientação é inevitável, porém gera insegurança jurídica, pois os interessados nunca sabem quando a sua situação será passível de contestação pela própria Administração Pública.

Outro não é o entendimento insculpido no art. 1º da Lei nº 9.784/99, que determina a obediência ao princípio da segurança jurídica. Nos dizeres do d. Min. do STJ, Humberto Gomes De Barros³:

(...) certamente um dos mais importantes instrumentos de controle do relacionamento entre Administração e Cidadania. Seus dispositivos trouxeram para nosso Direito Administrativo o devido processo legal. Não é exagero dizer que a Lei nº 9.784/99 instaurou, no Brasil, o verdadeiro Estado de Direito.

Por seu turno, enuncia o artigo 2º da Lei nº 9.784/99:

² DI PRIETO, MARIA SYLVIA ZANELLA, Direito Administrativo, São Paulo: Atlas, 2001, p.85.

³ STJ, MS nº 8946/DF, j. 22.10.03, pub. DJU 17.11.03, p.197.



Art. 2º A Administração Pública obedecerá, dentre outros, aos princípios da legalidade, finalidade, motivação, razoabilidade, proporcionalidade, moralidade, ampla defesa, contraditório, **SEGURANÇA JURÍDICA**, interesse público e eficiência.

Parágrafo único. Nos processos administrativos serão observados, entre outros, os critérios de:

I - atuação conforme a lei e o Direito; (...)

VI - adequação entre meios e fins, vedada a imposição de obrigações, restrições e sanções em medida superior àquelas estritamente necessárias ao atendimento do interesse público; (...)

VII - indicação dos pressupostos de fato e de direito que determinarem a decisão;

VIII – observância das formalidades essenciais à garantia dos direitos dos administrados; (...)

IX - adoção de formas simples, suficientes para propiciar ADEQUADO GRAU DE CERTEZA, SEGURANÇA E RESPEITO aos direitos dos administrados;

Além disso, não se pode perder de vista que a contratação com a Administração Pública deve pautar-se no respeito máximo à competitividade do certame e, conseqüentemente, garantir a isonomia aos licitantes e, por fim, atingir a finalidade para a qual a licitação se propõe.

Nos termos do inciso XXI do artigo 37 da Constituição Federal, a licitação pública deve observar o Princípio da Isonomia em termos de condições oferecidas a todos os concorrentes, não adotando qualquer ato discriminatório e que venha a mitigar a competitividade.

Tal princípio constitucional faculta à Administração Pública estabelecer determinadas exigências aos interessados em participar de licitação, porém restritas às de qualificação técnica e econômicas indispensáveis à garantia do cumprimento das obrigações.

Portanto, ignorar as regras do edital, favorecendo-se concorrente em detrimento de outra, vai de encontro à Isonomia, o que também não se pode admitir.

No caso em apreço, a referência legislativa não poderia ser mais pertinente. Isso porque a decisão que desprezou as nítidas inconsistências na documentação da concorrente e negligenciou o devido processo legal e, ainda assim, colocou a IDEIA em vantagem competitiva imotivada. Fato que desperta a repressão ao ato administrativo que favorece um



concorrente em detrimento do outro.

Conforme exaustiva e minuciosamente exposto acima, os vícios atraem a desclassificação e inabilitação da Ideia. Portanto, temerária a decisão também sob o aspecto da segurança jurídica e do risco a que se sujeita a Administração!

Diante de todo exposto, com fundamento, ainda, no art. 53 da Lei nº 9.784/89, que obriga a Administração a anular seus próprios atos, quando eivados de vício de legalidade, requer-se a reforma da decisão, com a consequente desclassificação da Ideia.

V
DOS PEDIDOS

Ante o exposto, requer-se o recebimento do presente Recurso Administrativo, com o efeito suspensivo previsto em lei, para que se proceda à imediata suspensão de todo o processo licitatório e a reanálise dos fatos.

Consequentemente, demonstrada a pertinência das afirmações, pugna pela reforma do resultado do julgamento, com a consequente desclassificação da Ideia.

Requer-se, ainda, a realização de diligências para se atestar o real enquadramento da Ideia como EPP.

Nestes termos,
PEDE DEFERIMENTO.

Belo Horizonte, 27 de setembro de 2021.

[Redacted signature area]

PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.
CNPJ: 03.958.504/0001-07

[Redacted contact information]

[Redacted contact information]



[Redacted contact information]