



comunicação e design

Ao Presidente da Comissão Permanente de Licitações

BONNIE & CLYDE PROPAGANDA LTDA., agência de propaganda já qualificada nos autos do Processo Licitatório Nº 055/2023, Tomada de Preços 01/2023, nos termos do art.109 da Lei 8.666/1993, vem perante Vossa Senhoria apresentar suas razões recursais.

A recorrente saiu-se vencedora no referido Processo Licitatório. Em que pese esse fato, não concorda com as notas que lhe foram dadas pelo julgador 1, sr. Rafael Bachur Moura, nos quesitos ARGUMENTAÇÃO/OBJETIVO DA CAMPANHA e ALCANCE/PÚBLICO ALVO/PERSONA.

A discordância da recorrente se dá porque o julgador 1, no quesito **ARGUMENTAÇÃO/OBJETIVO DA CAMPANHA** aquilatou o trabalho da recorrente, dando-lhe nota 7,0, em dissonância total com o Anexo IV do Edital. Salienda-se que os outros dois avaliadores concederam à recorrente a nota máxima nesse quesito.

Justificou o mencionado avaliador que:

"Considerar 16 a 23 anos. O (...ilegível) de influência familiar no direito é contraditório, o que se vê é o não incentivo de pais, parentes e amigos. Enfrentamos uma descrença no Direito, em todo sistema judiciário brasileiro, e isso sim deveria ser considerado na criação de um "brand speech" (termo inexistente em marketing). (sic).

Observa-se que a recorrente realmente não considerou a idade mínima de 16 anos de possíveis candidatos ao vestibular por questão cristalina: o Anexo IV do Edital, no item 7, ao tratar do público-alvo do vestibular 2023, no subitem 7.1 menciona, categoricamente, que os jovens a serem abrangidos pela campanha publicitária estão na faixa etária de 17 a 23 anos. E no subitem 7.2, seus pais influenciadores.



comunicação e design

Dessa forma, é patente que o plano de mídia apresentado pela recorrente não poderia abarcar jovens com idade de 16 anos, sob pena, até mesmo, de ter uma nota mais baixa ainda da que lhe foi atribuída, por descumprimento do Edital.

De outro lado, a recorrente também discorda da nota e fundamentação do julgador 1, no que diz respeito ao quesito **ALCANCE/PÚBLICO ALVO/PERSONA**, in verbis:

"As rádios propostas não são interessantes. (... ilegível) investir em Podcasts seria melhor. Ano passado não obtivemos bons resultados nesses veículos." (sic).

E a razão de tal desconformidade ocorre exatamente porque o julgador 1 não levou em conta o item 9 do Anexo IV do Edital, que trata das diretrizes dos objetos da licitação, especificamente em seu subitem 9.4.1, que determina que os anúncios da campanha do vestibular deverão ser veiculados em rádios FM de Franca e em rádios FM de Ribeirão Preto, conforme descrito no **OBJETO 4**. Exatamente o que foi feito pela recorrente em sua proposta.

Em que pese a argumentação do julgador 1, deve-se lembrar que o preceito do Processo Licitatório é o Edital. Se ele determinou que fossem incluídas rádios FM para veiculação da campanha publicitária, pouco importa, se o resultado no ano anterior foi ou não positivo. Frisa-se, novamente, que se a recorrente não tivesse incluído em sua proposta rádios FM também poderia ter sido acusada de não cumprimento do Edital, por sua inobservância.

Por fim, ressalta-se que a referida avaliação também está dissonante com a proposta da recorrente, conforme se vê no **OBJETO 2** do seu plano de mídia, em que há, sim, inclusão de **PODCASTS** para a campanha do vestibular, especificados detalhadamente no item **Publyta Mídia Programática**.



comunicação e design

Nesses termos, a recorrente pede que sejam reavaliadas as questões aqui postas, para que suas notas auferidas possam ser majoradas, tendo em vista que todo o seu plano de mídia foi elaborado nos parâmetros do já mencionado Edital.

Ante o exposto, solicita que seja dado provimento ao recurso interposto, em conformidade com as razões recursais aqui apresentadas.

Franca, 15 de maio de 2023.

Bonnie & Clyde Propaganda Ltda.

André Aluizio Martins - Diretor