



PARECER TÉCNICO

Parecer Técnico sobre o Recurso Administrativo interposto pela MARK UP PARTICIPAÇÕES LTDA., contra a decisão da Comissão Especial de Licitação da Federação Brasileira de Convention & Visitors Bureaux – FBC&VB, nos autos do processo de licitação, modalidade tomada de preços, nº 004/2008, para contratação de serviços de promoção comercial do produto turístico Costa das Baleias – Roteiro do Extremo Sul do Estado da Bahia.

Itens impugnados no Recurso Administrativo:

1) **Da pontuação obtida quanto ao número de ações desenvolvidas**

- a) Atestado da Leandro Gallo Organizações e Eventos.
O referido evento “Lançamento da Temporada de Turismo de Bariloche” realizado na residência do Cônsul Geral da Argentina a nosso entender é um evento de promoção comercial de destino turístico. Como reza o atestado a AMBP foi contratada para a **divulgação, promoção** e coordenação do evento, este evento tinha como objetivo lançar uma campanha de divulgação e promoção de um destino turístico, para fazê-lo com “alto grau de zelo e conhecimento técnico tendo atingido os objetivos”, entendemos que não há outra maneira a não ser divulgando e promovendo o destino em si, para criar interesse nos participantes do evento. **Portanto, improcedente a impugnação da recorrente quanto a este atestado.**
- b) Atestado da Fundação Universitária de Estudos e Pesquisas sobre o Trabalho – UNITRABALHO.
Entendemos que um trabalho que divulgue e promova o artesanato, gastronomia, atividades desportivas, pesca, feiras e exposições (eventos) regionais, está colaborando para a promoção do destino. **Portanto, improcedente a impugnação da recorrente quanto a este atestado.**
- c) Atestado da NIX NIC – Promoção de Destinos de Turismo de Mergulho
Fica claro no atestado em questão que a AMBP não organizou, nem montou a São Paulo Boat Show. Dentro deste evento coube-lhe promover destinos turísticos de mergulho nacionais, como Fernando de Noronha, Ilha Grande, Abrolhos etc. para induzir a visita a esses lugares. Somos de opinião que a maior exposição náutica do país é um excelente local para promover os destinos de mergulho, pois aqueles que participam são o público alvo desses destinos.



Portanto, improcedente a impugnação da recorrente quanto a este atestado.

d) Atestado do SEBRAE – Feira do Empreendedor

O Atestado especifica que a AMBP prestou serviços de Promoção Comercial do Turismo, através da coordenação e prospecção de empresas para a Feira do Empreendedor 2008, realizada em Aracaju/SE. Os serviços prestados também descritos no atestado foram: identificação das necessidades de demandas, organização de rodadas de apresentação, desenvolvimento de campanha promocional. Tudo isto está claramente identificado com a organização e promoção da Feira do Empreendedor e não do Destino Aracaju/SE onde aconteceu o evento. **Portanto, procede a impugnação quanto a este atestado.**

e) Atestado da NIX NIC Consultoria em Eventos

Neste caso é **procedente a presente impugnação quanto a esse atestado**, pois o Workshop da CVC, um dos mais importantes no seu gênero, realmente não tem como finalidade a promoção de destinos turísticos, senão que é um evento de negócios entre agentes CVC. Fica claro que a contratação foi prestação de serviços de Promoção Comercial do Turismo através do Workshop CVC, entretanto não sabemos que tipo de Promoção Comercial, neste caso não se pode determinar que seja especificamente de Destino.

f) Atestado UBRAFE – União Brasileira de Promotores de Feiras

O Atestado em questão que a AMBP foi contratada pela UBRAFE para a realização do encontro de promotores de eventos ligados a essa entidade e não para a promoção de destino turístico. **Portanto, procede a impugnação quanto a esse atestado.**

g) Atestado Shangrila Hause – LUU Sambongi Eventos e Promoções Ltda.

O Atestado declara que a AMBP foi contratada para prestar serviços de consultoria e promoção comercial para a referida empresa, para a divulgação da cultura árabe através de danças, gastronomia, moda e decoração; além de apresentações nacionais e internacionais que são realizadas anualmente, dentre os quais se destacam a realização do Workshop Internacional de Dança Cigana Egípcia Ghawazee. Não reconhecemos aqui qualquer trabalho de promoção e divulgação de Destino Turístico. **Portanto, procede a impugnação quanto a esse atestado.**

h) Atestado do SEBRAE

Como no item d. este Atestado especifica que a AMBP prestou serviços de Promoção Comercial do Turismo, através da coordenação e prospecção de empresas para a Feira do Empreendedor, realizada em São Paulo. Os serviços prestados também descritos no atestado foram: identificação das necessidades



de demandas, organização de rodadas de apresentação, desenvolvimento de campanha promocional. Tudo isto está claramente identificado com a organização e promoção da Feira do Empreendedor e não do Destino São Paulo onde aconteceu o evento. **Portanto, procede a impugnação quanto a esse atestado.**

Isto posto, das impugnações constantes do recurso avariado pela concorrente MARK UP reconhecemos improcedentes a impugnações aos Atestados de Capacidade Técnica apresentados pela concorrente AMBP abaixo discriminados:
Leandro Gallo Organizações e Eventos
UNITRABALHO
NIX NIC – Promoção de Destino de Mergulho

No que se refere às demais impugnações, procede o recurso avariado, para fins de desconsiderar os demais Atestados apresentados pela concorrente AMBP para fins de pontuação na forma e para os fins previstos no Edital do presente certame.

Com efeito, consideram-se válidos 8 (oito) Atestados de Capacidade Técnica da empresa AMBP, pontuando ela, assim, 15pts.

2) Da pontuação atribuída quanto ao número de clientes

Neste caso temos que aceitar como clientes todos aqueles que foram classificados como tal no item anterior. Se a ação desenvolvida foi a promoção e divulgação de Destino Turístico, por solicitação do contratante, este é considerado um cliente válido.

Portanto aceitamos os atestados de clientes da AMBP todos aqueles que ficaram comprovados como ações realizadas de promoção de Destino:

1. Atestado da Embaixada da República da Polônia
2. Atestado do Governo do Estado do Amazonas
3. Atestado Leandro Gallo Organização e Eventos Ltda. (Lançamento Bariloche)
4. Atestado NIX NIC Consultoria em Eventos Ltda. (Turismo de Mergulho)
5. UNITRABALHO (Livro para promoção cultural, artesanato, gastronomia de diferentes destinos)
6. W/A Consultoria em Comunicação Barista
7. CDN Cenografia e Promoções



8.@Cauã Comunicação Integrada

Muito embora algumas dessas empresas sejam organizadoras de eventos, foram elas as responsáveis pela contratação da AMBP para realizar as ações de promoção de destinos.

Portanto consideram-se válidos 8(oito) Atestados de Capacidade Técnica da empresa AMBP pontuando assim 15pts.

3) **Da pontuação atribuída quanto ao número de clientes da Recorrente**

Estamos de acordo em que para caracterizar o trabalho de promoção de um destino é necessário avaliar o público alvo. Entretanto não está caracterizado em nenhum dos atestados que a MARK UP efetuou ação de promoção do destino. Não fica evidenciado que o destino foi escolhido por influência da MARK UP, a saber:

Banco Pine – declara que “executou e planejou ação promocional em Aruba”, o que foi promovido e planejado neste caso não foi Aruba, e sim alguma ação do Banco.

Whirlpool – declara que “planejou e executou ação promocional em um Cruzeiro pela costa Brasileira”, o que se executou e planejou foi a ação promocional da empresa, não está dito que a referida empresa tomou essa decisão em consequência de uma ação promocional da Mark Up dos destinos visitados durante o cruzeiro.

Pandurata Alimentos – declara que “planejou e executou ação promocional na Costa do Sauípe”, o fato de o evento executado e planejado ter acontecido na Costa do Sauípe não quer dizer que tenha sido realizado pela Mark Up uma ação de promoção e divulgação do destino para que isso acontecesse.

Temos que deixar claro que não posso inferir, ou tirar conclusões de fatos que não estão claramente especificados nos documentos apresentados. A empresa ao contratar o planejamento e a execução da ação poderia já ter o destino determinado por uma pesquisa interna da empresa, por exemplo.

Portanto, improcedente a impugnação recursal neste aspecto, pois reconhecido válidos os atestados apresentados, ficando a pontuação da AMBP em 10pts.



4) **Da pontuação atribuída quanto à apresentação de um projeto de “escritório sede”**

A solicitação do edital estipula que a empresa deverá “disponibilizar um espaço a ser constituído em escritório sede do roteiro na cidade de São Paulo, a fim de facilitar o contato entre os agentes do mercado turístico e o destino turístico”.

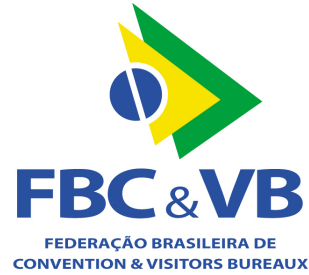
A demanda foi atendida completamente, foi apresentado um projeto de escritório sede do roteiro.

Portanto, improcedente a impugnação recursal neste aspecto, pois reconhecido válidos os atestados apresentados, ficando a pontuação da AMBP em 10pts.

Brasília, 25 de março de 2009.

Paula Marcondes
Membro da Comissão Especial de Licitação da FBC&VB

Luciana Scherer
Membro da Comissão Especial de Licitação da FBC&VB



DESPACHO

Acolho integralmente o parecer técnico dos membros da Comissão Especial de Licitação, para o fim de dar provimento parcial ao recurso aviado pela concorrente MARK UP PARTICIPAÇÕES LTDA., da forma como proposto, tornando o referido parecer parte integrante desta decisão para todos os efeitos processuais.

Designo, para continuidade do certame, com a abertura dos envelopes faltantes, o dia 30 de abril de 2009, às 10:00 horas, na sede desta Federação, na forma do edital regente.

Promova-se a intimação das licitantes, encaminhando-lhes cópia desta decisão e do referido parecer, por meio de correspondência com Aviso de Recebimento (AR) e veiculando-lhes no sítio da Federação Brasileira de Convention & Visitors Bureaux/Confederação Brasileira de Convention & Visitors Bureaux, na Rede Mundial de Computadores (*internet*), (www.cbcbvb.org.br), para fins transparência dos atos processuais deste certame.

Brasília, 13 de abril de 2009.

Claubert Pereira
Presidente da Comissão Especial de Licitações da FBC&VB