AO EXMO.(A) SR.(°) REPRESENTANTE LEGAL DA AGÊNCIA DE BACIA HIDROGRÁFICA PEIXE VIVO

RECEBEMOS
EM 15 / 05 / 17
11:05

Ref. Ato Convocatório n,° 003/2017

MC. COM LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ (MF) sob o n° 03.702.647/0001-53, situada na Rua Expedicionário Alício, n.° 455, Bairro Comiteco, no município de Belo Horizonte/MG, CEP 30.315-220, doravante denominada **CONTRARRAZOANTE**, vem respeitosa e tempestivamente apresentar

CONTRARRAZÕES

ao Recurso Administrativo apresentado pelo concorrente INSTITUTO DE GESTÃO DE POLÍTICAS SOCIAIS (GESOIS), que se insurgiu contra a decisão proferida pela Comissão de Seleção e Julgamento da AGB Peixe Vivo, na qual diversas empresas foram consideradas "HABILITADAS" para continuar na disputa referente ao Ato Convocatório n.° 003/2017, conforme ata de reunião da sessão pública de abertura de envelopes ocorrida às 10h00min do dia 27/04/2017 e divulgada no dia 02/05/2017, tendo em vista as seguintes razões de fato e de direito:

I – DOS FATOS

1. Trata-se de Ato Convocatório da Agência de Bacia Hidrográfica Peixe Vivo para contratação de empresa especializada para o planejamento e execução de serviços relativos à realização de campanha revitaliza Rio das Velhas pelo prazo de 60 (sessenta) dias contados a partir da emissão de Ordem de Serviço, conforme especificado no Anexo I – Termo de Referência do respectivo Ato Convocatório.

2. No dia 27/04/2017, às 10h00min, a Comissão de Seleção e Julgamento da AGB Peixe Vivo reuniu-se para proceder à abertura dos envelopes encaminhados pelos concorrentes, contendo a Documentação de Habilitação de cada um, conforme previsto nos itens 5 e 6 do Ato Convocatório supramencionado.

3. A CONTRARRAZOANTE, assim como outros 11 (onze) proponentes apresentaram oportunamente seus envelopes, contendo sua respectiva Documentação de Habilitação. Tais envelopes foram abertos na sessão do dia 27/04/2017 e seus conteúdos foram analisados pela Comissão de Seleção e

Julgamento, a fim de verificar se cada um dos proponentes estaria apto a ser habilitado para continuar na concorrência.

4. Ao final da sessão, foram consideradas inabilitadas 2 (duas) proponentes, tendo sido habilitadas todas as outras 10 (dez) concorrentes, quais sejam:

- INSTITUTO ETNIA PLANETÁRIA
- CDLJ PUBLICIDADE LTDA. (YAYA)
- DRZ GEOTECNOLOGIA E CONSULTORIA LTDA.
- SCENTIA VITAE CONSULTORIA E ASSESSORIA AMBIENTAL LTDA.
- INSTITUTO DE GESTÃO DE POLÍTICAS SOCIAIS (GESOIS)
- CONSOMINAS ENGENHARIA LTDA.
- NMC PROJETOS E CONSULTORIA LTDA.
- MC. COM LTDA (FEELING)
- TANTO DESIGN LTDA. - ME
- INTEGRATIO MEDIAÇÃO SOCIAL E SUSTENTABILIDADE LTDA.

5. Inconformada com a decisão, o INSTITUTO DE GESTÃO DE POLÍTICAS SOCIAIS (GESOIS) apresentou recurso administrativo no dia 04/05/2017, insurgindo-se contra a habilitação de diversas empresas, dentre elas, a CONTRARRAZOANTE.

6. Em seu recurso, a GESOIS pugnou pela inabilitação da MC. COM LTDA. (FEELING), alegando em síntese que:

> (i) Os documentos apresentados pela CONTRARRAZOANTE não poderiam ser considerados Atestados de Capacidade Técnica, visto que não se adequariam às exigências do Edital, uma vez que não informariam se os serviços prestados pela MC. COM LTDA (FEELING) foram satisfatórios e não informariam outros dados, como: período de prestação dos serviços; quantitativo dos itens fornecidos; razão social, CNPJ e dados de contato do órgão emissor.

7. No entanto, conforme será demonstrado a seguir, as alegações da RECORRENTE não merecem qualquer reconhecimento e/ou consideração, uma vez que desprovidas de veracidade e de qualquer correspondência com a realidade. Afinal, o recurso administrativo apresentado pela RECORRENTE se trata de uma tentativa desesperada de eliminar a CONTRARRAZOANTE, notória e renomada empresa do ramo de publicidade que se apresenta como forte concorrente a vencer a disputa para a realização da "CAMPANHA REVITALIZA RIO DAS VELHAS".

8. Dessa forma, conforme será exposto a seguir, pugna desde já a CONTRARRAZOANTE pelo **indeferimento do Recurso Administrativo do INSTITUTO DE GESTÃO DE POLÍTICAS SOCIAIS (GESOIS)**, ao menos no que tange às alegações sobre a MC. COM LTDA. (FEELING) e ao pedido de reforma para declaração de inabilitação da CONTRARRAZOANTE, em vista dos fatos narrados e argumentos que justificam a presente manifestação.

II – DAS RAZÕES DA RECORRENTE

II.1. Da adequação dos Atestados de Capacidade Técnica apresentados

9. A RECORRENTE alega em seu recurso que os Atestados de Capacidade Técnica apresentados pela CONTRARRAZOANTE não informariam se os serviços prestados pela MC. COM LTDA. (FEELING) foram satisfatórios ou não.

10. Entretanto, todos os relatórios de resultados dos 3 (três) Atestados de Capacidade Técnica apresentados pela CONTRARRAZOANTE confirmam que a MC. COM LTDA (FEELING) prestou todos os serviços contratados e apresentou resultado final satisfatório em todos eles, atestando de forma inequívoca que a CONTRARRAZOANTE encontra-se totalmente qualificada e apta para realizar todas e quaisquer atividades descritas no Ato Convocatório da AGB Peixe Vivo. Confira-se:

Resultados

Como a campanha acontece durante as etapas de realização do JIMI (Microrregional: de 12 a 16 de abril e de 27 de abril a 1º de maio; Regional: de 14 a 18 de junho; e Estadual: 9 e 10 de setembro - para as modalidades individuais, de 12 a 16 de outubro - para as modalidades coletivas, e de 3 e 5 de novembro - para as modalidade de Pessoas Com Deficiência-PCDs) em pleno andamento, não se pode mensurar ou qualificar os resultados de comunicação. O que já ficou claro, inclusive pelo se vê a partir dos acessos às redes sociais do Programa, é que há um maior envolvimento dos municípios e de seus representantes no JIMI, o que sinaliza maior e melhor aceitação de seu novo formato.

Resultados:

Entre outubro de 2013 e setembro de 2014, a média de mamografias realizadas no Estado foi de 27.000 exames por mês. Após a veiculação da campanha criada pela agência, em outubro de 2015, o número de exames realizados subiu para 70.960, com aumento de 276% em relação à média dos meses anteriores.

Resultados:

A partir comunicação institucional realizada pela Feeling Comunicação, a Câmara Municipal de Belo Horizonte promoveu a difusão de um conhecimento amplo e irrestrito para a população a fim de edificar sua identidade institucional

A Câmara Municipal de Belo Horizonte (CMBH) é referência nesse contexto ao buscar sempre novas estratégias para incentivar mecanismos de participação da população em geral; um espaço do povo para o povo, em que se permite o exercício da cidadania e a

prática da democracia, aproximando todos os extratos da cidade de Belo Horizonte dessa Instituição. Com foco nas inúmeras demandas da cidade, a Câmara é um dos equipamentos públicos responsáveis pela elaboração e aprovação das leis municipais, assim como todos os seus processos de fiscalização. Também cabe à Instituição vistoriar a administração municipal, tanto no que diz respeito à execução orçamentária quanto à avaliação da prestação de contas apresentada pelo prefeito da cidade. É um dos instrumentos democráticos criados para a sociedade civil expressar suas opiniões, críticas e sugestões referentes às políticas públicas elaboradas para a cidade. De fato, ela é o meio para dar vazão à "voz" do povo durante a elaboração das leis municipais.

11. Assim, não assiste razão alguma às alegações feitas pela RECORRENTE, uma vez que, se a CONTRARRAZOANTE não tivesse sido capaz de apresentar resultados satisfatórios em todas as esferas e em todos os tipos de serviços prestados nos projetos dos quais fez parte, os resultados e relatórios nos Atestados de Capacidade Técnica, emitidos e/ou corroborados pelos próprios contratantes de serviços da CONTRARRAZOANTE, seriam os primeiros a trazer a informação de insatisfação, vício, inconformidade, incompletude e/ou irregularidade nas atividades desenvolvidas pela MC. COM LTDA (FEELING).

12. Da mesma forma, não merece qualquer reconhecimento a afirmação de que os Atestados de Capacidade Técnica não apresentariam informações a respeito do período de prestação dos serviços e do quantitativo de itens fornecidos, pois todos os relatórios apresentam cronogramas e relatórios que descrevem não apenas o tempo em que se deu a prestação dos serviços e a veiculação das campanhas publicitárias realizadas, mas também descrevem item a item de quais foram os serviços prestados. Veja-se:

Ficha Técnica da Campanha Institucional - Câmara Municipal de Belo Horizonte:

Agência: Feeling Comunicação
Direção de Criação: Fredh Guedes e Luiz Coelho
Direção de Arte: Fredh Guedes
Redação: Luiz Coelho
Direção de Atendimento: Christiane Cabral e Stephanie Dolabela
Planejamento: Adriana Miranda e Luana Anatólio
Mídia: Danilo Lopes
Web: Manoel Ferreira
Produção Gráfica: Alexandre Fernandes
RTVC: Paulo Victor Damasceno.
Revisão: Patrícia Souza Diniz
Aprovação: Wellington Magalhães e Márcio Fagundes
Veiculação: Agosto/2015-Setembro/2015, Outubro/2015 e Dezembro/2015

RESUMO DE CUSTOS - CMBH - 1ª FASE

MEIO / VEÍCULO	AGOSTO/2015	SETEMBRO/2015	INS.	TOTAL NEGOCIADO BRUTO	% MEIO
TV ABERTA 60 - VT 30"					
TV GLOBO			78	R$ 994.746,65	21,5%
TV RECORD			64	R$ 206.074,50	4,5%
TV BAND			17	R$ 104.348,30	2,3%
Subtotal			**161**	**R$ 1.304.169,25**	**30,3%**
RÁDIO BH - SPOT 60"					
EMISSORAS DIVERSAS			380	R$ 207.912,40	4,6%
PROJETO RÁDIO ITATIAIA - AGO			128	R$ 128.080,72	2,8%
PROJETO RÁDIO ITATIAIA - SET			144	R$ 149.998,44	3,3%
Subtotal			**653**	**R$ 486.994,56**	**10,7%**
JORNAIS BH - 1/2 PÁGINA					
JORNAIS			12	R$ 1.424.512,40	31,3%
PROJETO ESTADO DE MINAS SET			-	R$ 200.000,00	4,4%
HOJE EM DIA - SET			4	R$ 130.288,00	2,9%
EDIÇÃO DO BRASIL - SET			4	R$ 48.573,28	1,1%
O TEMPO BH / SUPER NOTÍCIA - SET			7	R$ 97.178,00	2,1%
METRÔ - SET			4	R$ 62.282,40	1,4%
JORNAL DA CIDADE/BH - SET			3	R$ 40.995,20	0,9%
JORNAIS DE BAIRRO BH - SET			-	R$ 100.000,00	2,2%
Subtotal			**34**	**R$ 2.143.847,88**	**46,2%**
PAINEL ELETRÔNICO - 15"					
PAD		1º A 30 DE SETEMBRO	396.000	R$ 164.800,00	4,1%
FLY MIDIA		1º A 30 DE SETEMBRO	34.286	R$ 167.900,00	3,7%
Subtotal			**430.286**	**R$ 332.700,00**	**7,7%**
BANCAS DE REVISTAS - 10"					
PERFIL (MOVIE MIDIA)		1º A 30 DE SETEMBRO	172.800	R$ 150.000,00	3,3%
Subtotal			**172.800**	**R$ 150.000,00**	**3,3%**
CINEMA - 30"					
AJ COMUNICAÇÃO		1º A 30 DE SETEMBRO	24	R$ 67.200,00	1,5%
Subtotal			**24**	**R$ 67.200,00**	**1,5%**
TOTAL GERAL			**903.960**	**R$ 4.537.461,49**	**100,0%**

RESUMO DE CUSTOS - CMBH - 2ª FASE (1º MOMENTO)

MEIO / VEÍCULO	OUTUBRO/2015					NOVEMBRO/2015					INS.	TOTAL NEGOCIADO BRUTO	% MEIO
	1ª SEM	2ª SEM	3ª SEM	4ª SEM	5ª SEM	1ª SEM	2ª SEM	3ª SEM	4ª SEM	5ª SEM			
	1 A 3	4 A 10	11 A 17	18 A 24	25 A 31	1 A 7	8 A 14	15 A 21	22 A 28	29 A 30			
TV ABERTA BH - VT 30"													
TV GLOBO											139	R$ 1.780.377,75	28,7%
TV RECORD											123	R$ 569.946,90	9,8%
TV BAND											36	R$ 141.176,00	2,3%
TV ALTEROSA											120	R$ 561.816,00	9,2%
Subtotal											**418**	**R$ 3.053.316,65**	**50,0%**
RÁDIOS BH - SPOT 30"													
EMISSORAS DIVERSAS											728	R$ 179.081,50	2,9%
PROJETO RÁDIO ITATIAIA - OUT											332	R$ 219.067,59	3,6%
PROJETO RÁDIO ITATIAIA - NOV											337	R$ 219.693,54	3,6%
Subtotal											**1.397**	**R$ 619.642,86**	**10,1%**
JORNAIS - 1/2 E 1/4 PÁGINA													
JORNAIS BH / BAIRRO											50	R$ 982.367,74	16,7%
Subtotal											**50**	**R$ 982.367,74**	**15,7%**
REVISTAS BH - 1 PÁGINA													
DIVERSAS											6	R$ 158.885,31	2,6%
Subtotal											**6**	**R$ 158.885,31**	**2,6%**
INTERNET BH : SUPERBANNER e BANNER RETÂNGULO													
PORTAL UAI											550.000	R$ 40.672,50	0,7%
Subtotal											**550.000**	**R$ 40.672,50**	**0,7%**
PAINEL ELETRÔNICO BH													
FLY MÍDIA - OUT											68.491	R$ 167.900,00	2,7%
FLY MÍDIA - NOV											68.491	R$ 167.900,00	2,7%
Subtotal											**136.982**	**R$ 335.800,00**	**5,5%**
BACKBUS BH													
TEM MÍDIA - OUT											110	R$ 175.000,00	2,9%
TEM MÍDIA - NOV											110	R$ 175.000,00	2,9%
Subtotal											**220**	**R$ 350.000,00**	**5,7%**
BANCAS DE REVISTA BH - 10"													
PERFIL (MOVIE MÍDIA) - OUT											172.800	R$ 300.000,00	4,9%
PERFIL (MOVIE MÍDIA) - NOV											172.800	R$ 300.000,00	4,9%
Subtotal											**345.600**	**R$ 600.000,00**	**9,8%**
TOTAL GERAL											1.034.673	R$ 6.130.875,06	100,0%

RESUMO DE CUSTOS - CMBH - 2ª FASE (2º MOMENTO)

VEÍCULO	DEZEMBRO/2015					INS.	TOTAL NEGOCIADO BRUTO	% MEIO
	1ª SEM	2ª SEM	3ª SEM	4ª SEM	5ª SEM			
	1 A 5	6 A 12	13 A 19	20 A 26	27 A 31			
TV ABERTA BH - VT 30"								
TV ALTEROSA						90	R$ 316.021,50	19,5%
TV RECORD						35	R$ 97.265,15	6,0%
Subtotal						**125**	**R$ 413.286,65**	**25,5%**
JORNAIS - 1/2 E 1/4 PÁGINA								
DIVERSOS						20	R$ 489.910,28	30,2%
Subtotal						**20**	**R$ 489.910,28**	**30,2%**
REVISTA BH - 1 PÁGINA								
DIVERSOS						2	R$ 51.160,00	3,2%
Subtotal						**2**	**R$ 51.160,00**	**3,2%**
RÁDIO BH - SPOT 30" e TESTEMUNHAL 60"								
ITATIAIA AM/FM						307	R$ 208.829,58	12,9%
Subtotal						**307**	**R$ 208.829,58**	**12,9%**
BANCA DE REVISTA BH - 10"								
PERFIL MÍDIA						120.960	R$ 105.000,00	6,5%
Subtotal						**120.960**	**R$ 105.000,00**	**6,5%**
BACKBUS BH								
TEM MÍDIA						110	R$ 187.500,00	11,5%
Subtotal						**110**	**R$ 187.500,00**	**11,5%**
PAINEL ELETRÔNICO BH								
FLY MÍDIA						68.491	R$ 167.900,00	10,3%
Subtotal						**68.491**	**R$ 167.900,00**	**10,3%**
TOTAL GERAL						190.015	R$ 1.623.586,52	100,0%

Redação: Cláudia Travessoni

Direção de Atendimento: Christiane Cabral e Luciana Machado

Planejamento: Bruno Rezende e Luana Anatólio

Mídia: Danilo Lopes

Web: Manoel Ferreira

Produção Gráfica: Thiago Coelho

RTVC: Paulo Victor Damasceno

Revisão: Rodrigo Campos

Aprovação: José Geraldo de O. Prado, Gisele Bicalho, Thiago Peixoto e Igor Marton

Veiculação: Outubro de 2014

RESUMO DE CUSTOS - OUTUBRO ROSA

MEIO / VEÍCULO	OUTUBRO 2014																													INS.	VALOR TOTAL NEGOCIADO	% MEIO
	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
TV MG ESTADO - VT 30"																																		
TV GLOBO																																39	R$ 993.311,04	39,0%
SBT																																25	R$ 289.715,20	11,4%
TV RECORD																																28	R$ 272.076,00	0,1
TV BAND																																11	R$ 103.659,50	4,1%
REDE TV!																																10	R$ 41.442,10	1,6%
REDE MINAS																																28	R$ 41.413,35	1,6%
Subtotal																																**141**	**R$ 1.741.617,19**	**68,3%**
RÁDIOS - SPOT 30"																																		
RÁDIO BH																																1.404	R$ 329.050,84	12,9%
RÁDIO INTERIOR MG																																23.472	R$ 314.504,27	12,3%
Subtotal																																**24.876**	**R$ 643.555,11**	**25,3%**
JORNAIS - 1/4 PÁGINA																																		
JORNAL BH																																11	R$ 73.403,88	2,9%
JORNAL INTERIOR MG																																41	R$ 89.621,44	3,5%
Subtotal																																**52**	**R$ 163.025,32**	**6,4%**
BACKBUS																																		
SINTRAM																																80	PERMUTA	0,0%
Subtotal																																**80**	**R$ -**	**0,0%**
TOTAL GERAL																																25.149	R$ 2.548.197,62	100%

Resultados

Como a campanha acontece durante as etapas de realização do JIMI (Microrregional: de 12 a 16 de abril e de 27 de abril a 1º de maio; Regional: de 14 a 18 de junho; e Estadual: 9 e 10 de setembro - para as modalidades individuais, de 12 a 16 de outubro - para as modalidades coletivas, e de 3 e 5 de novembro - para as modalidade de Pessoas Com Deficiência-PCDs) em pleno andamento, não se pode mensurar ou qualificar os resultados de comunicação. O que já ficou claro, inclusive pelo se vê a partir dos acessos às redes sociais do Programa, é que há um maior envolvimento dos municípios e de seus representantes no JIMI, o que sinaliza maior e melhor aceitação de seu novo formato.

RESUMO DE CUSTOS - JIMI

MEIO / VEÍCULO	FEVEREIRO/2017					MARÇO/2017					ABRIL/2017					INS.	TOTAL NEGOCIADO BRUTO
	1ª SEM	2ª SEM	3ª SEM	4ª SEM	5ª SEM	1ª SEM	2ª SEM	3ª SEM	4ª SEM	5ª SEM	1ª SEM	2ª SEM	3ª SEM	4ª SEM	5ª SEM		
	1 A 4	5 A 11	12 A 18	19 A 25	26 A 28	1 A 4	5 A 11	12 A 18	19 A 25	26 A 31	DIA 1º	2 A 8	9 A 15	16 A 22	23 A 30		
RÁDIO BH - SPOT 30"																	
ITATIAIA AM / FM																46	R$ 29.607,84
Subtotal																**46**	**R$ 29.607,84**
RÁDIOS INTERIOR MG - SPOT 30"																	
EMISSORAS DIVERSAS																14.658	R$ 235.075,68
Subtotal																**14.658**	**R$ 235.075,68**
JORNAIS INTERIOR MG - 1/4 PÁGINA																	
DIVERSOS																36	R$ 54.817,94
Subtotal																**36**	**R$ 54.817,94**
INTERNET MG - ANÚNCIO NO FEED E PROMOÇÃO DE PUBLICAÇÕES																	
FACEBOOK																4.481.132	R$ 23.750,00
Subtotal																**4.481.132**	**R$ 23.750,00**
TOTAL GERAL																4.495.874	R$ 343.251,46

13. Ademais, mais uma vez, não procede também a afirmação da RECORRENTE de que os Atestados de Capacidade Técnica apresentados pela

CONTRARRAZOANTE não apresentariam a razão social, o CNPJ e dados para contato com o órgão e/ou empresa emissor. Na realidade, a RECORRENTE demonstra, com tal alegação, que sequer leu ou analisado detidamente a documentação técnica apresentada pela CONTRARRAZOANTE, pois se o tivesse feito, teria constatado de forma inequívoca que todos esses dados foram constam nos atestados, conforme se verifica nos "prints" abaixo:

Este relato é referendado por:

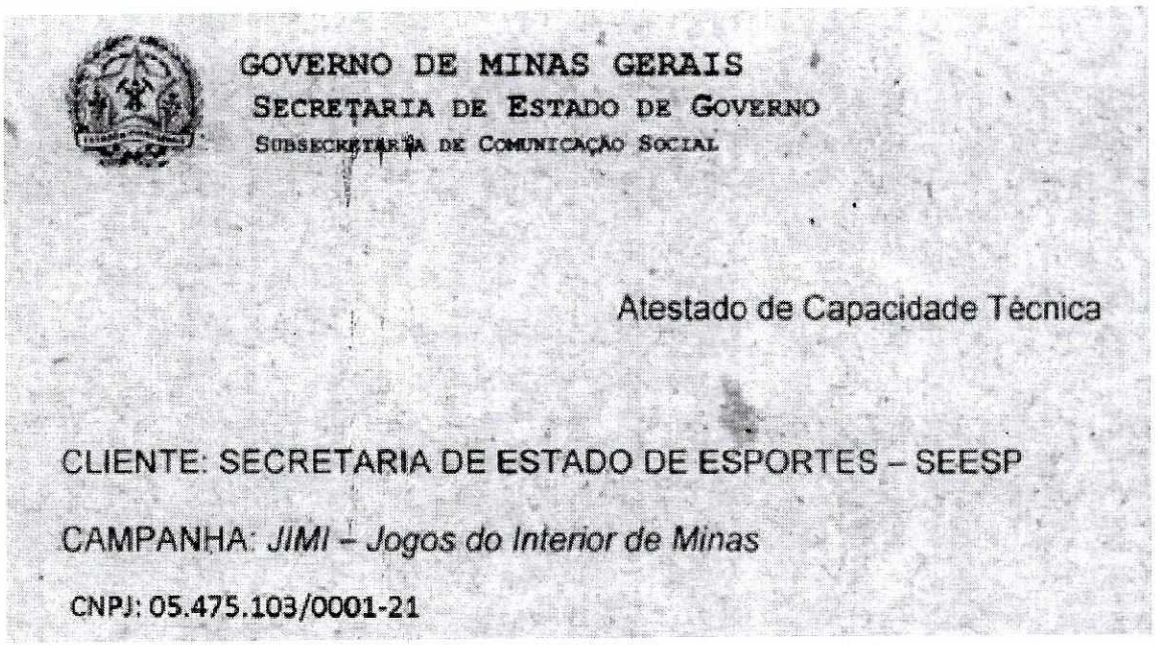
Joney Fonseca Vieira
Mobilização Social/Publicidade e Propaganda

Nome Completo: Joney Fonseca Vieira

Coordenador de Mobilização Social/Publicidade e Propaganda

Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais – Assessoria de Comunicação Social

CNPJ.: 18.715.516/0001-88



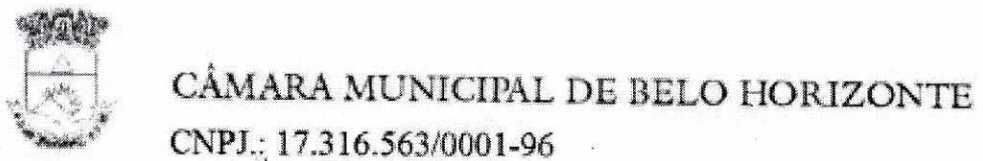
GOVERNO DE MINAS GERAIS
SECRETARIA DE ESTADO DE GOVERNO
SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Atestado de Capacidade Técnica

CLIENTE: SECRETARIA DE ESTADO DE ESPORTES – SEESP

CAMPANHA: *JIMI – Jogos do Interior de Minas*

CNPJ: 05.475.103/0001-21



CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE
CNPJ.: 17.316.563/0001-96

CASES

Case: Campanha Institucional - Câmara Municipal de Belo Horizonte

14. Ora, fica evidente que a RECORRENTE interpôs o presente recurso de forma totalmente irresponsável, sem qualquer correspondência com a realidade e sem o menor compromisso de sequer verificar se os argumentos e fatos alegados eram compatíveis com as informações trazidas pelos Atestados de Capacidade Técnica apresentados pela MC. COM LTDA (FEELING).

15. Essa constatação faz refletir a respeito do real objetivo do INSTITUTO DE GESTÃO DE POLÍTICAS SOCIAIS (GESOIS) ao interpor o presente recurso, totalmente desprovido de fundamentos e/ou razoabilidade. Afinal, a única conclusão possível é de que se trata de uma tentativa desesperada de eliminar a CONTRARRAZOANTE, notória e renomada empresa do ramo de publicidade que se apresenta como forte concorrente a vencer a disputa para a realização da "CAMPANHA REVITALIZA RIO DAS VELHAS".

16. Portanto, a fim de que se evite a produção de um resultado injusto, que prejudicaria em muito a igualdade e isonomia entre os concorrentes, assim como a competitividade e a ampla concorrência no presente certame, **deverá ser negado provimento ao recurso apresentado pelo INSTITUTO DE GESTÃO DE POLÍTICAS SOCIAIS (GESOIS),** pelo menos no que tange às alegações feitas sobre a MC. COM LTDA. (FEELING) e ao pedido de reforma para declaração de inabilitação da CONTRARRAZOANTE, uma vez que tal pedido encontra-se desprovido de qualquer razão, conforme restou amplamente evidenciado.

III – DOS REQUERIMENTOS

17. Por todo o exposto, vem a RECORRENTE requerer:

a) Seja **negado provimento ao Recurso Administrativo apresentado pelo INSTITUTO DE GESTÃO DE POLÍTICAS SOCIAIS (GESOIS)**, face aos argumentos de fato e de direito apresentados, a fim de que seja mantida a habilitação da MC. COM LTDA (FEELING).

Nestes termos, pede e espera deferimento.

Belo Horizonte/MG, 13 de maio de 2017.

MC. COM LTDA.
CNPJ (MF) n.º 03.702.647/0001-53